

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT PENGEMBANGAN USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam
Kota Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh:

**MUTIARA NURANI
NPM: 1551010080**

Program Studi : Ekonomi Syari'ah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440H/2019M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT PENGEMBANGAN USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
(Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam
Kota Bandar Lampung)

SKRIPSI
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh:

Mutiara Nurani
NPM: 1551010080

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.A

Pembimbing II : Fatih Fuadi, S.E.I,M.S.I

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440H/2019M

ABSTRAK

UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pembangunan ekonomi Negara, karena perkembangannya yang cukup pesat dan sumbangsihnya terhadap kesejahteraan masyarakat. Sama halnya seperti UMKM keripik pisang yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam Bandar Lampung yang merupakan sumber mata pencaharian sebagian masyarakat sekitarnya. Pengembangan UMKM perlu ditingkatkan dan hambatan-hambatan dalam pengembangannya perlu diatasi agar UMKM bisa terus berkontribusi dalam perekonomian masyarakat. Perumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM pada Sentra UMKM keripik pisang Jalan ZA. Pagar Alam Bandar Lampung serta bagaimana faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja permasalahan atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM keripik pisang dan untuk mengetahui secara perspektif ekonomi Islam hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 responden.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM keripik pisang Jalan ZA. Pagar Alam yaitu kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, permasalahan teknologi, kemitraan yang belum terjalin dengan baik, modal yang terbatas, manajemen usaha yang rendah dan inovasi yang tidak didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang ada. Dalam perspektif ekonomi Islam hambatan-hambatan tersebut sudah memang seharusnya diatasi agar kegiatan UMKM dapat memberikan keuntungan yang berlipat ganda yang dalam ekonomi Islam biasa disebut *falah*, keuntungan dunia dan akhirat.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Faktor-Faktor Penghambat, Perkembangan UMKM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiara Nurani
NPM : 1551010080
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Bandar Lampung, 16 Mei 2019
Penulis,

Mutiara Nurani
1551010080



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung 35131 Tlp. 0721-703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT
PENGEMBANG USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Sentra
UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar
Lampung)

Nama : Mutiara Nurani
NPM : 1551010080
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Dr. Moh. Bahrudin, M.A.
NIP.195808224198931003

Pembimbing II,

Fatih Fuadi, S.E.I.M.S.I.
NIP.198512192015031006

Ketua Jurusan,

Madnasir, S.E., M.Si
NIP. 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame-Bandar Lampung 35131, Tlp. 0721-703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra Umkm Keripik Pisang Jalan Za. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)** disusun oleh: **Mutiara Nurani, NPM:1551010080, Jurusan Ekonomi Syaria'h** telah diujikan pada sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada

Hari/Tanggal: **Senin, 27 Mei 2019.**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang

: Evi Ekawati, SE., M.Si

(.....)

Sekretaris

: Linda Azizah, M.Ag

(.....)

Penguji I

: Deki Fermansyah, SE., M.Si

(.....)

Penguji II

: Dr. Moh. Bahrudin, M.A

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Moh. Bahrudin, M.A
021-95808224198931003

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

(QS. Al-Jumu'ah[62]: 10)



PERSEMBAHAN

Teriring salam dan do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmatNya pada kita semua, Aamiin.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta Ibu Paristina, Bapak Ihwan Kesuma Jaya dan orang tua sambungku Ayah Ayep Suryadi yang selalu memberikan do'a, motivasi, materi serta waktu yang tiada henti demi keberhasilanku. Terimakasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan yang telah Kalian berikan dengan penuh keikhlasan. Sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Saudara kandungku abang M. Yusuf Osa Gustiawan dan kakak M. Faqih Kurniawan serta Mbakku Ismawati, dan keluarga besar Abah Hasan Matcik terimakasih untuk selalu menasehatiku dan mendukungku.
3. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung sebagai tempat penulis belajar dan berproses menjadi lebih baik, khususnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 03 Oktober 1997, anak ketiga dari tiga bersaudara, putri dari pasangan Bapak Ihwan Kesuma Jaya dan Ibu Paristina.

Pendidikan penulis ditempuh diantaranya:

1. Sekolah Dasar Negeri 3 Tanjung Aman Kotabumi Lampung Utara pada tahun 2009;
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Kotabumi Lampung Utara tamat pada tahun 2012;
3. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Kotabumi Lampung Utara tamat pada tahun 2015;
4. Kemudian penulis melanjutkan Studi S1 di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA, Pagar Alam Kota Bandar Lampung)”. Penulis ajukan untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak.

Secara khusus penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Moh Bahrudin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung sekaligus pembimbing utama dalam penulisan skripsi ini. Yang telah membantu penulis memberikan surat izin pengantar penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar, dan memberikan arahan serta waktunya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
2. Bapak Fatih Fuadi S.E.I,M.S.I selaku pembimbing dua yang telah mencurahkan pemikiran dan meluangkan waktunya dalam membimbing penulis selama penyelesaian skripsi.

3. Bapak Madnasir, S.E.,M.S.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung, yang telah memberikan arahan dan bantuan penulis dalam menyelesaikan hal-hal yang terkait dalam keperluan Akademik maupun Jurusan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas ini sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Mirza, S.Sos selaku Kasubbag Umum dan Kepegawaian Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung yang telah memberikan izin penelitian dan memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak/Ibu pemilik UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam, serta pegawai yang telah berkenan meluangkan waktu dan mencurahkan pemikirannya sehingga membantu penulis mendapatkan informasi dalam melaksanakan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi.
7. Sahabat - sahabat seperjuanganku Ekonomi Syariah C 2015 khususnya Imam Naufal yang sudah bersedia menemani dan mengantarkan selama proses penelitian, serta sahabat satu atap yang selalu bersedia berbagi saran dan semangat.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu namun penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya dan Allah SWT melimpahkan pahala kepada semua pihak yang telah berjasa membantu penyelesaian skripsi ini.

Bandar Lampung, 20 Mei 2019
Penulis,

Mutiara Nurani
NPM: 1551010080



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Batasan Masalah.....	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
G. Metode Penelitian.....	13
H. Tinjauan Pustaka	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil Menengah	
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah	23
2. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	25
3. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	27
4. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	28

5. Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	29
6. Hambatan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	30
B. Usaha Mikro dan Menengah Menurut Perspektif Ekonomi Islam	
1. Pengertian UMKM Perspektif Ekonomi Islam	36
2. Karakteristik UMKM Perspektif Ekonomi Islam	38
3. Hambatan UMKM Perspektif Ekonomi Islam.....	40

BAB III PENYAJIAN DATA LAPANGAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
B. Gambaran Umum Sentra UMKM Keripik	
1. Sejarah Sentra UMKM Keripik	52
2. Struktur Organisasi Sentra UMKM Keripik	54
3. Perkembangan Sentra UMKM Keripik.....	54
4. Penghambat Perkembangan Sentra UMKM	60

BAB IV ANALISIS DATA

A. Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung	76
B. Hambatan Pengembangan UMKM Menurut Pandangan Islam.....	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Proposal skripsi ini berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)**”. Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan judul proposal ini maka terlebih dahulu akan dijelaskan beberapa istilah penting dari judul tersebut. Adapun istilah-istilahnya sebagai berikut:

1. Analisis adalah suatu proses yang akan melahirkan fakta-fakta berdasarkan data yang ada atau data yang terkumpul, dan fakta merupakan hasil pemikiran analisis terhadap data-data.¹
2. Faktor-faktor penghambat, faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu, sedangkan penghambat memiliki arti rintangan, halangan, kendala ataupun permasalahan. Jadi pengertian dari faktor-faktor penghambat itu sendiri adalah segala persoalan yang timbul baik dari dalam UMKM itu sendiri maupun yang berasal dari luar UMKM yang sifatnya menghambat perkembangan usaha.²

¹Basri MS, *Metodelogi Penelitian Sejarah*, (Jakarta: Agung, 2006), h. 795

²Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta : UGM Press, 2016), h. 25.

3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar.³ UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu ekonomi produktif yang bekerja dalam bidang memproduksi atau menghasilkan olahan dari bahan baku pisang menjadi keripik pisang dan lain sebagainya. UMKM tersebut berpusat pada Sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung.

4. Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berdasar pada Al-Qur'an dan Hadis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan akhirat (*al-Falah*)⁴.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diperjelas kembali bahwa yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah penelitian terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha di Sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung dalam mengembangkan usahanya kemudian dihubungkan atau dikaitkan dengan ekonomi islam.

³ Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Pembangunan*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 185.

⁴Nurul Huda, et. al , *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Edisi I, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 3.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulisan dalam memilih dan menetapkan judul tersebut untuk di teliti adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Karena UMKM telah menjadi motor penggerak bagi perekonomian Indonesia, maka perlu diteliti apa saja yang menghambat perkembangan UMKM khususnya pada Sentra UMKM Kota Bandar Lampung, agar permasalahan-permasalahan seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, permasalahan teknologi, kemitraan yang belum terjalin dengan baik, modal yang terbatas, manajemen usaha yang rendah serta inovasi yang tidak didukung oleh kompetensi sumber daya yang ada dapat di atasi dan sektor industri ini bisa terus berkembang dan berpengaruh positif terhadap perekonomian masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada sektor ini.

2. Alasan Subjektif

Permasalahan penelitian ini berkaitan dengan masalah-masalah ekonomi, dimana ruang lingkup pembahsannya berkaitan dan sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis ambil, yaitu program studi Ekonomi Islam. Literatur yang memadai dalam mendukung penulisan ini tersedia dipergustakaan, jurnal, artikel, dan data yang diperoleh dari wawancara.

C. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah tidak asing lagi dalam dunia ekonomi, UMKM merupakan bagian terpenting dalam

perekonomian Indonesia karena bisa dikatakan telah menjadi motor penggerak terbesar perekonomian ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, UMKM ini yang justru dapat bertahan diantara perusahaan-perusahaan besar lainnya yang runtuh. UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal.⁵ Maka dari itu, dewasa ini kita tidak bisa memandang remeh UMKM. Jika UMKM bisa dikembangkan dengan penuh inovasi dan didukung oleh pihak terkait termasuk pemerintah pasti UMKM bisa berperan aktif dalam pembangunan ekonomi nasional.

Dalam upaya pembangunan ekonomi nasional masyarakat dituntut untuk mampu mengembangkan segala potensi yang ada pada diri sendiri dan juga yang ada pada daerah masing-masing agar dapat memberikan manfaat bagi pemenuhan kebutuhan hidup mereka. Setiap provinsi pasti memiliki sumber daya alam unggulan yang menjadi salah satu sumber penghasilan atau pekerjaan masyarakat daerah tersebut. Salah satu nya adalah Provinsi Lampung yang cukup terkenal dengan kekayaan sumber daya alamnya. Tak sedikit pula masyarakat yang memanfaatkan situasi ini untuk membangun pusat oleh-oleh khas Lampung dari kekayaan alam daerah lampung berbahan baku pisang, dimana lampung memang cukup

⁵ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.45

terkenal dengan hasil produksi perkebunan pisanginya. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membangun sebuah sentra UMKM Keripik pisang sebagai lahan penghasilan dan pekerjaan masyarakat sekitar. Keberadaan UMKM ini telah membuktikan perannya dalam perekonomian nasional yang juga menjadi indikator atas partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. banyak industri rumahan yang memang produksi utama nya adalah keripik pisang tersebut. Dalam islam pun telah disebutkan bahwa Allah memang menciptakan apa yang ada di bumi ini agar manusia memikirkan kebesaran Allah SWT seperti yang ada di dalam Al-Qur'an berikut ini:



وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُتَجَاوِرَاتٌ وَجَنَّاتٌ مِّنْ أَعْنَابٍ وَزُرْعٌ وَنَخِيلٌ
صِّنَوَانٌ وَغَيْرُ صِّنَوَانٍ يُسْقَىٰ بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفِضَ لِّبَعْضِهَا عَلَىٰ بَعْضٍ
فِي الْأَكْلِ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya: *Dan di bumi ini terdapat bagian-bagian yang berdampingan, dan kebun-kebun anggur, tanaman-tanaman dan pohon korma yang bercabang dan yang tidak bercabang, disirami dengan air yang sama. Kami melebihkan sebahagian tanam-tanaman itu atas sebahagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir. (QS. Ar-Ra'd [13] : 4)*

Ayat ini menjelaskan, Allah telah menciptakan petak-petak bumi yang berdampingan dengan baik dan subur menghasilkan apa yang berguna bagi kebutuhan manusia, di samping yang kering dan gersang yang tidak menghasilkan sesuatu. Dan di atas petak-petak itu Allah telah menciptakan sesuatu. Dan di atas petak-petak itu Allah

telah menciptakan pula kebun-kebun anggur, kurma dan lain-lain tanaman serta buah-buahan yang bermacam-macam rasa dan bentuknya, beraneka ragam warna dan baunya. Sebagian Allah melebihkannya di atas sebagian yang lain tentang rasa dan kelezatannya. Maka di dalam ciptaan Allah itu semua yang berada di luar angkasa maupun yang terlihat di atas bumi terdapat tanda-tanda kebesaran dan kekuasaan-Nya bagi orang-orang yang berakal dan menggunakan akalanya untuk merenungkan dan memikirkannya. Manusia yang berfikir akan kebesaran Allah SWT pasti akan berfikir bagaimana cara memanfaatkan kekayaan alam yang telah di berikan oleh Allah SWT agar menjadi sesuatu yang bermanfaat dan salah satunya menjadi sumber rejeki untuk diolah dan diperdagangkan hasil dari kekayaan alam (perkebunan) tersebut.

Berkembangnya UMKM merupakan suatu proses yang sangat baik untuk mengiring suatu bangsa menuju kesejahteraan. Dengan semakin berkembangnya UMKM dapat memperluas lapangan pekerjaan, dan mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Keberadaan Sentra UMKM Keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam kota Bandar Lampung yang telah dikenal hampir di seluruh kota bahkan ada pelanggan yang berasal dari luar Provinsi Lampung telah menyajikan tampilan yang berbeda dari buah pisang, jika pisang yang kita jumpai hanya sekedar buah pisang siap

makan atau dalam bentuk pisang goreng, kini ditangan para pelaku UMKM buah bisang telah berhasil di ciptakan dengan berbagai macam inovasi cita rasa maupun bentuk untuk menarik minat para pelanggan. Pengaruh keberadaan UMKM ini juga bisa dirasakan oleh masyarakat sekitar terutama ibu-ibu rumah tangga karena disinilah mereka bisa mendapatkan tambahan sumber penghasilan keluarga dengan terbuka lapangan pekerjaan, UMKM ini juga telah mampu meberdayakan masyarakat sekitar dan pihak-pihak yang terkait seperti distributor pemasok bahan baku dan pedangan-pedagang lainnya.⁶

Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih memiliki berbagai permasalahan dalam proses perkembangannya , secara faktor Internal ada pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah teknologi, serta masalah organisasi, dan manajemen. Selain itu faktor eksternal yang merupakan permasalahan berasal dari luar UMKM itu sendiri, tetapi dapat menghambat perkembangan sektor ini adalah iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, dan ekspansi pasar modern⁷. Pada penelitian sebelumnya disebutkan kendala atau hambatan yang di hadapi beberapa pelaku usaha faktor-faktor tersebut antara lain, terkendala dengan meningkatnya harga bahan baku,

⁶Sucipto Adi, wawancara dengan penulis, Rumah Narasumber, Bandar Lampung, 20 Februari 2019.

⁷ Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual....*, h. 25.

keterbatasan sumber daya manusia, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurangnya sarana dan prasarana serta kurangnya akses pemasaran produk.⁸

Pada keadaan sebenarnya para pelaku usaha sudah memberikan inovasi dalam memanfaatkan hasil perkebunan pisang yang berpotensi dilampung. Beraneka ragam bentuk oleh-oleh berbahan baku pisang berhasil diciptakan dan dipasarkan oleh pelaku usaha di sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung, tetapi tetap saja dibalik semakin maju dan bertambah banyaknya UMKM tidak menutup kemungkinan bahwa berdiri nya usaha-usaha tersebut memiliki hambatan dalam pengembangan usahanya.

Usaha keripik pisang oleh-oleh khas Lampung yang berada di Jalan ZA. Pagar alam ini tergabung dalam satuan kelompok usaha bersama yang bernama “Telo Rejeki” mulai dari pedagang hingga produsen semua yang ada di Jalan ZA. Pagar Alam dengan jumlah anggota atau pelaku usaha sebanyak 32 orang. Ada yang sebagai produsen membuat dan mengolah keripik lalu di distribusikan kepada para pengecer sekitar, ada yang menerima olahan keripik dari produsen luar Bandar Lampung, dan juga langsung mereka jual ke para konsumen. Berdasarkan hasil observasi dapat dilihat bahwa keadaan sentra UMKM ini sudah mulai sepi dari pelanggan, ada beberapa ruko yang menutup

⁸ Feni Dwi Anggraeni, et. al. “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Intenal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Publik*, (Universitas Brawijaya, Malang, 2013), h. 1286.

usahanya sehingga menambah kesan lesu keadaan di sentra UMKM tersebut.

Beberapa pelaku usaha menghadapi permasalahan lain yakni dalam segi kemitraan, tidak adanya hubungan kerjasama dengan beberapa pihak atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN)/Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) maupun pihak-pihak pemerintahan yang terkait menimbulkan hambatan atau kendala seperti tidak adanya bantuan penambahan modal baik dari segi uang maupun dalam bentuk alat produksi (mesin) pada saat ini, meskipun sebelumnya pada tahun 2008 sampai 2015 pernah ada bantuan dan kerja sama dari beberapa pihak seperti PTPN 7, PT.Telkom dan lainnya.⁹ Jika masih ada kerjasama dengan beberapa pihak maka hal ini akan mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan bantuan berupa tambahan modal serta alat produksi yang lebih canggih. Berbicara tentang alat yang canggih berarti ada kaitannya dengan teknologi, belum semua pelaku usaha mau mengadopsi kecanggihan teknologi tersebut dalam proses produksi mereka, ini lah hambatan yang muncul berikutnya. Kurang nya keahlian dari pelaku usaha menjadi alasan belum di manfaatkannya kecanggihan teknologi dalam proses memproduksi keripik.¹⁰

UMKM merupakan bisnis yang sangat berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, kesadaran akan peran

⁹Aditya Ramadhan, wawancara dengan penulis, Keripik Mery 3, Bandar Lampung, 23 Februari 2019.

¹⁰Mardiyah, wawancara dengan penulis, Keripik Dua Dara, Bandar Lampung, 21 Februari 2019.

pentingnya dalam kegiatan perekonomian masyarakat harus diimbangi dengan inovasi dalam tampilan tempat usaha tidak hanya rasa dan bentuk produknya saja. Pelaku usaha perlu memberikan inovasi dan tampilan yang menarik pada tempat usahanya agar mampu bertahan dalam persaingan yang sangat ketat.¹¹

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Sentra UMKM Keripik pisang kota Bandar Lampung menjadi hal yang menarik dikaji karena sektor UMKM ini menjadi salah satu sektor penyokong terbesar dalam pembangunan ekonomi dengan memberdayakan sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Agar UMKM bisa terus berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat sekitar maka perlu adanya upaya dalam mengidentifikasi dan mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Keripik pisang baik solusi dari pemerintah, pihak-pihak yang terkait maupun pelaku UMKM itu sendiri. Dari hasil pemaparan diatas maka penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)”.

¹¹Royyan, wawancara dengan penulis, Toko Keripik Royyan, Bandar Lampung, 21 Februari 2019.

Tabel 1.1
Data Pemilik Usaha
Pada Sentra UMKM Keripik pisang Jalan ZA. Pagar Alam

No.	Nama Keripik	No.	Nama Keripik
1	Keripik Arabar	17	Keripik Zom-Zom Family
2	Keripik Karya Mandiri	18	Keripik Lateb Jaya
3	Keripik Keripik Lampung	19	Keripik Puri Jaya
4	Keripik Cesy Lia	20	Keripik Shinta
5	Keripik Mahkota	21	Keripik Sumber Rezeki
6	Keripik Dua Dara	22	Keripik Rizka
7	Keripik Asa-Cipto Roso	23	Keripik Royyan
8	Keripik Bu Mery	24	Keripik Alibaba
9	Keripik Suheri	25	Keripik Yaya
10	Keripik Siger	26	Keripik Lala
11	Keripik Wagiman	27	Keripik Rojo Keripik
12	Keripik Saudagar	28	Keripik Rossa
13	Keripik Shaqila	29	Keripik Kurnia
14	Keripik Rona Jaya	30	Keripik Nisa
15	Keripik Fino	31	Keripik Askha Jaya
16	Keripik Kurnia	32	Keripik Nayla

Sumber : Kelompok Usaha Bersama (KUB) "TELO REJEKI"

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat fokus membahas lebih tuntas dan bisa mencapai sasaran yang diharapkan sehingga mempermudah penulis mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka batasan masalah pada Penelitian ini terdapat pada faktor-faktor penghambat pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA Pagar Alam Kota Bandar Lampung yang di fokuskan dan di batasi mulai dari tahun 2016-2018.

E. Rumusan Masalah

1. Bagaimna faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM pada Sentra UMKM Keripik pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung ?
2. Bagaimana faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM menurut perspektif Ekonomi Islam pada Sentra UMKM Keripik pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung ?

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian sebagai berikut :
 - a. Untuk mengetahui apa saja permasalahan atau hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Keripik pisang yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung.
 - b. Untuk mengetahui secara perspektif ekonomi islam hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Keripik pisang yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengatasi serta mengembangkan potensi UMKM Keripik pisang baik oleh pemerintah yang bernaung maupun pelaku UMKM itu sendiri.
 - b. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi refrensi bagi peneliti yang akan meneliti lebih lanjut yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

- c. Motivasi bagi penulis dan pembaca agar nantinya bisa menjadi wirausaha yang sukses dan dapat mengatasi segala permasalahan dalam dunia usaha.

G. Metode Penelitian

Metodelogi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodelogi juga merupakan analisis teori mengenai suatu cara atau metode sedangkan penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.¹²

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan tempat penelitian.¹³ Penelitian dilapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau tempat penelitian yaitu yang berkaitan dengan faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM keripik pisang

¹² Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), h.112

¹³ Kartini Kartono, *Pengantar Metodelogi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 2012), h.185.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang memaparkan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang sesuatu yang sedang diteliti. Sifat penelitian ini untuk menggambarkan atau mengangkat data sesuai dengan keadaan yang terjadi dilapangan.¹⁴ Penelitian ini memberikan gambaran tentang hambatan-hambatan yang dihadapi pelaku UMKM keripik pisang.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:¹⁵

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Data primer pada penelitian ini adalah data-data yang penulis peroleh secara langsung dengan melakukan observasi dan interview (wawancara) kepada para pelaku usaha UMKM keripik pisang di Jalan. ZA Pagar Alam
- b. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data documenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

¹⁴ Rony Kountur, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.43

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 225.

Pada penelitian ini data diperoleh dari Buku, Jurnal, dan Artikel yang berkaitan dengan judul skripsi yang dimaksud.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹⁶

Metode observasi merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan pendahuluan atau survei lapangan terhadap kegiatan UMKM Keripik Pisang di Jalan ZA. Pagar Alam untuk memperoleh gambaran kegiatan produksi keripik pisang dan pengamatan keadaan UMKM secara umum dan langsung.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik

¹⁶ *Ibid.* h. 145.

wawancara pada penelitian ini adalah teknik wawancara tak berstruktur¹⁷

Teknik wawancara tak berstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan mewawancari secara langsung dan terbuka pelaku usaha, untuk mengetahui dan menemukan hambatan yang dihadapi pelaku usaha di Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung. Sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual dengan pemilik perusahaan. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh enam hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha serta data-data identitas perusahaan..

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁸ Dokumen pada tulisan ini digunakan untuk mendapatkan data yang bersumber dari dokumentasi tertulis sesuai dengan yang diperlukan penulis dalam penelitiannya. Adapun hasil dari dokumentasi tersebut berupa foto-foto kegiatan UMKM serta dokumentasi tertulis terkait data perusahaan dan kelompok UMKM.

¹⁷ *Ibid.* h. 137.

¹⁸ *Ibid.* h. 240.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi memiliki pengertian sebagai seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan.¹⁹ Populasi penelitian ini adalah berjumlah 32 populasi/pelaku usaha dan berlokasi di Sentra UMKM Jalan Z.A Pagar Alam Kota Bandar Lampung.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability* yaitu sampel jenuh atau sering disebut *total sampling*, penentuan sampel dengan cara mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel.²⁰ Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah 32 sampel/pelaku usaha yang terdapat di Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan Pagar Alam.

5. Metode Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dilakukan terhadap data hasil

¹⁹ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 27

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 124

studi pendahuluan, atau data skunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian yang masih bersifat sementara dan masih akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.²¹

Analisis data menggunakan Miles dan Huberman, yang menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah mulai jenuh. Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah memberikan pendekatan kepada variable yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Yakni dengan cara memaparkan informasi-informasi yang tepat dan akurat yang diperoleh dari masyarakat yang ada di Sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam yang berkaitan dengan hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam pengembangan usaha mereka.

H. Tinjauan Pustaka

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini khususnya tentang hambatan dalam pengembangan UMKM, adapun karya ilmiah dengan tema Permasalahan dan Pengembangan UMKM tersebut diantaranya:

Dassaad, et. Al. dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Kendala Usaha Pada Usaha Kecil Menengah Studi Kasus Pada UKM

²¹ *Ibid.* h. 245.

Jajanan Sekolah Ibu Anah Kota Depok Jawa barat” menjelaskan tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor kendala usaha yang dialami oleh UKM selama menjalankan usahanya. Objek penelitian ini adalah UKM jajanan sekolah milik ibu Anah yang berlokasi di kota Depok, Jawa Barat. Dan hasil dari penelitian ini disebutkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku UKM tersebut yaitu dari faktor permodalan, pemasaran, pemisahan keuangan dan pencatatan keuangan.²²

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Wiwiek Rabiatul Adawiyah dengan judul penelitian “Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi di Kabupaten Banyumas” .Tujuan dari studi ini adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan usaha kecil di Kabupaten Banyumas. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kendala yang paling umum adalah faktor keuangan, sumber daya manusia yang lemah, dan akses pasar terbatas diantara faktor internal sedangkan faktor eksternal terdiri dari iklim usaha, infrastruktur dan otonomi. Memahami faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan UKM di Kabupaten Banyumas akan membantu pembuat kebijakan seperti pemerintah, sektor swasta, untuk merancang kebijakan dan program yang ditargetkan yang akan secara aktif merangsang inovasi, serta membantu para pembuat kebijakan untuk mendukung, mendorong dan mempromosikan UKM untuk pengentasan kemiskinan di Banyumas. Untuk UKM, studi ini menawarkan

²² Dassaad, et. al. “Analisis Faktor-Faktor Kendala Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah Kota Depok Jawa Barat)”, *Prosiding SNaPP2015 Sosial Ekonomi dan Humaniora*, (Universitas Gunadarma, Jawa Barat, 2015), h. 433.

model alternatif untuk mengatasi masalah agunan dan masalah peminjaman. Strategis alternatif tentang bagaimana mengatasi masalah seperti manajemen yang buruk, infrastruktur yang buruk.²³

Penelitian yang dilakukan oleh Yuli Rahmini Suci dengan judul “Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia” menjelaskan tentang pengembangan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Disebutkan bahwa kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satunya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi Dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Disamping hal-hal tersebut juga terdapat persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha yang semakin sempit dan terbatas. Namun permasalahan tersebut dapat terselesaikan dengan beberapa kebijakan yang membuka peluang bagi UMKM untuk dapat mengakses industri perbankan dengan mudah, permasalahan permodalan yang terselesaikan dengan mudah dapat berimbas pada pengelolaan dan produk yang dihasilkan akan lebih kompetitif.²⁴

Prof. M. Chandraiah dan R. Vani dengan judul penelitian “Prospek dan Masalah Sektor UMKM di India Sebuah Studi Analitik” tujuan penelitian ini

²³ Wiwiek Rabiatal Adawiyah, *Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas*, (Universitas Jenderal Soedirman, Jawa Tengah, 2013), h. 1.

²⁴ Yuli Rahmini Suci, “Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Cano Ekons*, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Balikpapan, 2017), h. 51.

menganalisis definisi UMKM, peran dan kinerja UMKM dalam perekonomian India, kebijakan pemerintah terhadap UMKM dan masalah UMKM. Perumusan dan implementasi kebijakan dan program / proyek / skema untuk sektor UMKM adalah dilakukan oleh Kementrian dengan bantuan organisasi yang terkait dan otonom. Pertumbuhan industri skala kecil dapat dievaluasi pada tingkat pertumbuhan unit, Ketenagakerjaan, output dan ekspor industri skala kecil pada tahun 2013 dengan tahun 1990-an. Pada saat yang sama, sektor UMKM menghadapi tantangan kunci seperti kurangnya ketersediaan kredit yang memadai dan tepat waktu, biaya kredit yang tinggi, persyaratan agunan, akses terbatas ke modal ekuitas, pengadaan bahan baku dengan biaya yang kompetitif, masalah penyimpanan, perancangan, pengemasan dan tampilan produk, kurangnya akses ke pasar global, fasilitas infrastruktur yang tidak memadai, (termasuk listrik, air, jalan), tingkat teknologi rendah, kekurangan tenaga terampil untuk manufaktur, jasa, pemasaran, dll. Terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi, Sektor UMKM telah menunjukkan inovasi, kemampuan beradaptasi, dan Ketahanan untuk bertahan dari resesi ekonomi dan resesi baru-baru ini.²⁵

Dr. Janes O. Samwel, PhD dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Membatasi Pertumbuhan Dan Perkembangan Usaha Kecil – Bukti dari wilayah Mara,Tanzania”. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil di Wilayah Mara. Hasil dari penelitian ini menggambarkan usaha kecil di

²⁵M. Chandraiah and R. Vani, “The Prospect and Problems of MSMEs Sector in India an Analytical Study”, *International Journal of Business and Management Invetion*, Volume 3 Issue 8 August 2014, h. 27.

wilayah Mara dikelilingi oleh banyak tantangan yang mempengaruhi pertumbuhan, perkembangan dan berkelanjutan studi merekomendasikan bahwa pemerintah harus menempatkan peraturan bisnis yang baik yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha kecil di Negara tersebut. Adapun permasalahannya antara lain; kekurangan modal yang cukup, dukungan yang tidak memadai dari lembaga keuangan seperti bank, peraturan pemerintah yang tidak mendukung, pajak pemerintah yang tidak dapat diprediksi, kurangnya pengetahuan yang tepat tentang manajemen keuangan, kurangnya keterampilan bisnis yang memadai, persaingan usaha yang kuat, kurangnya komitmen dan mencampurkan urusan keluarga dengan urusan bisnis.²⁶

Setelah menelaah penelitian terdahulu dengan penelitian ini, tidak memiliki perbedaan yang cukup jauh dikarenakan pembahasan dalam penelitian ini kurang lebih menelaah tentang faktor-faktor penghambat UMKM khususnya keripik dalam meningkatkan perkembangan UMKM. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu adanya perspektif ekonomi Islam yang mengkaji faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM dan beberapa variabel yang berbeda. Dalam hal ini faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM meliputi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, permasalahan teknologi, modal yang terbatas, manajemen usaha yang rendah dan inovasi yang tidak didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang ada.

²⁶ Janes O. Samwel, "Factors Limiting the Growth And Development of Small Businesses (Evidence From Mara Region Tanzania)", *Journal of Business and Management*, Volume 20 Issue 2 Ver. VII, (East Africa : Regional Human Resource Manager, 2018), h. 79.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang UMKM, yang dimaksud dari masing-masing usaha dinyatakan sebagai berikut, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.¹

Adapun definisi Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan

¹ Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, Pasal (1)

Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Di dalam Undang-Undang tersebut, UMKM didefinisikan juga berdasarkan kriteria nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan seperti yang tercantum dalam pasal 6 berikut ini:²

- a. Usaha mikro, yaitu usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 atau menghasilkan penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.
- b. Usaha kecil, yaitu usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 atau menghasilkan penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.
- c. Usaha menengah, yaitu usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 atau menghasilkan penjualan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 selama satu tahun.

Menurut Badan Pusat Statistik suatu industry dikelompokkan besar atau kecil berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki, yaitu :

² Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, Pasal (6)

- 1) Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang.
- 2) Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 9 orang .
- 3) Industri menengah/sedang, memiliki tenaga kerja antara 10 hingga 99 orang.
- 4) Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.³

2. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.⁴

Bisnis UMKM menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) sekitar 60% dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Berdasarkan data

³Badan Pusat Statistik Nasional 2017

⁴Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta, 2015), h. 5

dari kementrian koperasi dan UMKM tahun 2014, selama tahun 2011 sampai 2012 terjadi pertumbuhan pada UMKM, serta penurunan pada usaha besar. Pada tahun 2011, usaha besar mencapai angka 41,95% tetapi pada tahun berikutnya hanya mencapai 40,92% turun sekitar 1,03%. Pada UMKM terjadi sebaliknya, bila usaha menengah pada tahun 2011 hanya 13,46%, pada tahun 2012 mencapai 13,59%, ada peningkatan sebesar 0,13%. Berbeda dari usaha menengah, usaha kecil mengalami sedikit penurunan dari tahun 2011. Pada tahun itu mencapai 9,94% namun pada tahun 2012 hanya mencapai 9,68%, artinya menurun sekitar 0,26%. Peningkatan yang cukup tinggi terjadi pada usaha mikro, jika tahun 2011 hanya mencapai 34,64%, pada tahun 2012 berhasil meraih 38,81% ada peningkatan sebesar 4,17%.⁵

UMKM telah mampu membuktikan diri sebagai salah satu solusi pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi. Sifat-sifat intrinsik usahanya yang semi atau bahkan nonformal membuat UMKM mampu memberikan peluang usaha kalangan industri skala rumah tangga yang banyak ditemui di setiap daerah. Perannya yang signifikan dalam penyerapan tenaga kerja itu menjadikan UMKM sangat efektif sebagai peranti memperkuat stabilitas nasional. Kedudukan strategis tidak hanya tecermin pada jumlah UMKM yang besar. Namun, UMKM juga tidak

⁵ *Ibid.* h. 6

pernah menimbulkan masalah dan memberatkan beban masyarakat dalam perekonomian nasional.⁶

3. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki kontribusi paling besar dalam perekonomian nasional, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)⁷

⁶ Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual....*, h. 4.

⁷ Ade Reslawati, "Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia", *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), h. 15.

4. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan. Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah

internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.⁸

5. Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Keunggulan yang dimiliki oleh UMKM dibandingkan dengan usaha besar antara lain:

- a. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam usaha kecil
- c. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis
- d. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan⁹

Selain keunggulan tersebut, UMKM juga memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja, peran industry kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, perkiraan mampu menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia

⁸ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana, 2010), h. 33.

⁹ Tiktik Sartika Partomo, Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 20.

- b. Sumber wirausaha baru, keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- d. Menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industry kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampah dari industri besar atau industry yang lainnya
- e. Memiliki potensi untuk berkembang.¹⁰

6. Hambatan Perkembangan Usaha Skala Kecil dan Mikro

Irfan syauqi beik dalam bukunya menjelaskan laju pertumbuhan usaha mikro masih lebih rendah (3,3 persen) dibandingkan laju pertumbuhan secara keseluruhan (4,4 persen) sehingga kesenjangan yang terjadi sangat lebar dengan usaha skala besar, yaitu 14.586 kali. Namun jika didukung dengan *supporting elements* yang tepat, maka bisa mempercepat perkembangan usaha skala mikro dan kecil, hal ini perlu diidentifikasi masalah secara tepat. Adapun masalah-masalah tersebut antara lain yaitu:

- a. Terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan.

Keuangan inklusif perlu dimasukkan dalam program pengembangan

¹⁰Elza Maulida Merdekawati, "Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018), h. 30.

lembaga keuangan. Penyertaan modal perlu disertai dengan pembimbingan sistem manajemen.

- b. Masih rendahnya kualitas SDM pelaku usaha. Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Begitu pula sistem kaderisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya *one man show*, sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.
- c. Kemampuan pemasaran yang terbatas. Meskipun media *online* telah berkembang, namun media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM.
- d. Akses informasi usaha rendah
- e. Belum terjalin kemitraan yang baik yang saling menguntungkan antarpelaku UMKM, usaha besar, dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN)/Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemitraan perlu dijalin agar mampu membuat sistem yang saling mendukung.¹¹

Terdapat banyak masalah dalam upaya mengembangkan UMKM, berbagai persoalan tersebut muncul akibat sulitnya UMKM dalam mengakses berbagai sumber-sumber ekonomi, disamping tidak banyak kelompok masyarakat yang memiliki komitmen bagi pengembangan UMKM. Azrul

¹¹Irfan Syauqi Beik, et. al. *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Edisi I, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.132.

tanjung menyatakan dalam bukunya berikut ini beberapa permasalahan yang biasa ditemukan di dalam UMKM.¹²

Manajemen, umumnya kegiatan UMKM (khususnya usaha mikro dan kecil) tidak membedakan berbagai persoalan yang ada di dalam perusahaan dengan berbagai persoalan pribadi, terutama menyangkut kepemilikan, pembiayaan dan keuntungan perusahaan. keduanya sering kali tercampur sehingga berbagai fungsi manajemen dalam menjalankan perusahaan tidak dilakukan sebagaimana mestinya, baik menyangkut perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakkan (*activating*), maupun pengawasan (*controlling*). Manajemen merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan, termasuk UMKM. Dengan manajemen, berbagai kekuatan yang dimiliki mampu dioptimalkan, berbagai kelemahan dan ancaman dapat diminimalisasi, dan pengusaha dapat menangkap kesempatan serta peluang yang ada guna mengembangkan kegiatan perusahaan. Kelemahan utama UMKM selama ini disebabkan oleh tidak digunakannya prinsip-prinsip bisnis modern dalam kegiatan bisnisnya. Segala sesuatu dikerjakan secara tradisional. Kondisi ini dapat dipahami karena kebanyakan UMKM, khususnya usaha mikro (seperti pada *livelihood activities*, dan *micro enterprise*), menjalankan usahanya karena terdesak berbagai tuntutan hidup.

¹²M. Azrul Tanjung, *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2017), h. 102

Mereka berbisnis bukan karena betul-betul ingin menjadi seorang wirausaha sejati sebagaimana *small dynamic enterprise* dan *fast moving enterprise*.

Produksi dan Pemasaran, selain kemampuan manajemen yang rendah, persoalan yang sering menghambat UMKM untuk berkembang adalah keterbatasan fungsi-fungsi perusahaan, terutama dalam produksi dan pemasaran. Umumnya, permasalahan yang dihadapi UMKM menyangkut produksi dan pemasaran adalah :¹³

1. Tidak adanya akses terhadap sumber bahan baku yang berkualitas secara terus menerus. Terkadang, UMKM menggunakan bahan baku yang berkualitas, tetapi tidak jarang pula mereka menggunakan bahan baku yang tidak memenuhi standar produksi.
2. Proses produksi yang sederhana, manual dan tidak memenuhi standar berdampak kepada mutu yang rendah.
3. Kurangnya perhatian kepada nilai yang mampu memberikan rasa puas bagi pelanggan. Misalnya cita rasa, ukuran yang tidak biasa, warna yang tidak menarik, tidak memiliki merek, dan sebagainya.
4. Terbatasnya kemampuan untuk melakukan promosi sehingga produk tidak dikenal di pasar. Hal ini berdampak kepada rendahnya kemampuan UMKM dalam berkompetisi di pasar.

¹³ *Ibid.* h. 103.

5. Kecendrungan menguasai pasar yang terbatas sebagai akibat dari lemahnya kemampuan untuk berkompetisi dengan perusahaan besar yang memiliki sistem produksi dan distribusi yang lebih baik.
6. UMKM kurang mampu membaca peluang pasar karena adanya kecendrungan konsumen mengetahui info yang lebih lengkap tentang produk dan perusahaan. Dengan kondisi ini, tidak jarang produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen di pasar.
7. Stabilitas dan kontinuitas produk untuk pemenuhan permintaan pasar kurang terjaga sehingga ketika konsumen membutuhkan produk, produk tidak tersedia di pasar.

Dengan berbagai keterbatasan yang dihadapi UMKM, dapat dipastikan akan sulit bagi UMKM untuk mampu berkembang dan bertahan hidup. Dengan kondisi demikian UMKM, khususnya usaha mikro dan kecil, sering kali berganti-ganti usaha karena usaha yang sudah dilakukan dianggap tidak lagi mampu bertahan.

Keuangan, persoalan dalam fungsi perusahaan selain produksi dan pemasaran adalah keuangan, dan yang paling sering dihadapi UMKM menyangkut keuangan di antaranya:¹⁴

1. Kurangnya modal kerja untuk menunjang aktivitas perusahaan, terutama untuk meningkatkan volume produksi dan biaya pemasaran.

¹⁴ *Ibid.* h. 104.

2. Tidak memiliki pengetahuan tentang cara-cara mengakses sumber-sumber keuangan terutama KUR yang di salurkan perbankan, sementara lembaga keuangan mikro (LKM) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) tidak terdapat di wilayah kerja mereka.
3. Umumnya, UMKM tidak memiliki catatan (laporan) keuangan sehingga keuangan dalam usaha sering kali tidak diperhitungkan. Jika usaha sedang untung, keuntungan tersebut sering kali habis terkonsumsi, bahkan tidak jarang pendapatan yang diperoleh semuanya dianggap sebagai keuntungan, padahal di antara keuntungan yang dimaksud terdapat modal yang terpakai untuk konsumsi. Jika ini terjadi, kegiatan perusahaan akan terganggu dan tidak jarang, volume kegiatan usaha akhirnya berkurang atau menurun yang nantinya dapat berdampak pada terhentinya kegiatan perusahaan.

Selanjutnya dari aspek hukum, aspek yang paling mendasar bagi UMKM adalah legalitas badan usaha. Sebagian besar UMKM di Indonesia, khususnya usaha kecil dan mikro, tidak berbadan hukum. Dengan kondisi demikian, berbagai hal yang berhubungan dengan pihak ketiga akan sulit untuk dilaksanakan. Misalnya, hubungan ke bank untuk memperoleh pinjaman modal dan hak paten terhadap merek produk, kemasan, dan sebagainya. Sejatinya, pengembangan UMKM harus didukung dengan penguatan kelembagaan. Jika ini tidak dilakukan, maka akan sulit bagi

UMKM untuk melakukan perluasan usaha, baik n pada aspek modal, pasar, dan sebagainya.¹⁵

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Ekonomi Islam

1. Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam

Bagi seorang muslim, bekerja merupakan suatu upaya sungguh-sungguh dengan mengarahkan seluruh asset dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Allah yang menundukkan dunia, serta menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat. Berwirausaha dalam rangka membangun perekonomian merupakan kewajiban, Prof.Dr.H. Idri dalam bukunya mengutip pernyataan dari Syawqi Ahmad Dunya menyatakan bahwa bekerja dalam rangka membangun ekonomi merupakan kewajiban yang sakral (*fardh muqaddas*) yang bersifat keagamaan.¹⁶

Bekerja dan berwirausaha sangat dianjurkan dalam islam agar manusia dapat mandiri dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya dan membantu orang lain secara ekonomi baik melalui sedekah, infak, maupun zakat. Orang yang bekerja dan kemudian mendapatkan hasil dari jerih payahnya akan terhindar dari sifat dan sikap meminta-minta yang pada dasarnya

¹⁵ *Ibid.* h. 105.

¹⁶ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadis Nabi)*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 293

merendahkan diri sendiri. Orang yang bekerja juga dapat memberikan nafkah kepada orang-orang yang menjadi tanggungannya. Rasulullah bersabda: ¹⁷

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ لَأَنْ يَغْدُوَ أَحَدُكُمْ
فِيحْطَبَ عَلَى ظَهْرِهِ فَيَتَصَدَّقَ بِهِ وَيَسْتَغْنِيَ بِهِ مِنَ النَّاسِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ رَجُلًا مِنْ
الْيَدِ السُّقْلَى وَابْدَأُ بِمَنْ تَعُولُ (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ) أَعْطَاهُ أَوْ مَنَعَهُ ذَلِكَ فَإِنَّ الْيَدَ الْعُلْيَا أَفْضَلُ

“Dari Abu Hurayrah r.a., berkata: aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Hendaklah seseorang diantara kalian pergi pagi-pagi mencari kayu dan dipikul di atas punggungnya kemudian (menjualnya) lalu bersedekah dengannya serta tidak butuh pada pemberian orang lain lebih baik baginya daripada meminta kepada orang lain diberi atau tidak, karena sesungguhnya tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu.” (HR. Muslim)

Salah satu pekerjaan yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW adalah berdagang, sebagaimana yang kita ketahui Rasulullah telah mulai berdagang sejak usia belia, dalam berdagang nabi dikenal dengan setinggi-tingginya nilai amanah, nilai kejujuran, dan sikap menjaga kehormatan diri. Pada zaman ini usaha tersebut biasa disebut dengan berwirausaha. Dalam dunia ekonomi islam UMKM telah menjadi bagian dari berwirausaha yang lebih ditujukan pada kegiatan berdagang, dengan melakukan kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah kepada Allah untuk mencapai kesejahteraan sosial. Selain anjuran dari Rasulullah SAW, karena perdagangan adalah salah satu bisnis yang cukup tersohor dalam

¹⁷ Idri, *Hadis Ekonomi*..., h. 295.

ajaran islam, maka Allah SWT telah memperingatkan aturan-aturan yang baik sesuai syariah yang harus diikuti dalam kegiatan perdagangan agar tujuan yang sebenarnya dari kegiatan perdagangan itu dapat tercapai yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat tidak hanya keuntungan materi semata.

Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nisaa berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S 4 : 29)

2. Karakteristik UMKM Perspektif Ekonomi Islam

Ada beberapa karakteristik Usaha Mikro menurut Perspektif Ekonomi Islam, yang menjadi inti dari setiap kegiatan bisnis dan berdasarkan pada hukum ekonomi islam. Adapun karakteristik tersebut yaitu:¹⁸

- a. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (nizhamun rabbaniyyun), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

¹⁸Elza Maulida Merdekawati, "Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan"...., h. 34.

- b. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadun aqdiyyun*), mengingat ekonomi islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah (*al-aqidah al-Islamiyyah*) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung jawaban terhadap akidah yang diyakininya.
- c. Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensikan ketuhanan (*nizham rabbani*)
- d. Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-akhlaq*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam lingkungan islam yang tanpa akhlak.
- e. Elastic (*al-murunah*), *al-murunah* didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun Al-Hadis, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- f. Objektif (*al-maudhu'iyah*), Islam menganjurkan umatnya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.
- g. Realistis (*al-waqi'iyah*), prakiraan (*forecasting*) ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi lain. Menurut Dr.Ika Yunia Fauzia dan Dr.Abdul Kadir Riyadi menjelaskan dalam bukunya, Ekonomi Islam bersifat realistis,

karena sistem yang ada sesuai dengan kondisi *real* masyarakat. Ekonomi Islam mendorong tumbuhnya usaha kecil dalam masyarakat yang pada akhirnya bisa mendongkrak pendapatan mereka.¹⁹

- h. Harta kekayaan itu hakekatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan (al-amwal) tidaklah bersifat mutlak.
- i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (tarsyid istikhdamal-mal)²⁰

3. Hambatan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Beberapa teori menyebutkan permasalahan-permasalahan yang menjadi faktor penghambat pengembangan UMKM terdiri dari beberapa aspek seperti, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek permodalan, aspek inovasi dan aspek kemitraan. Tidak hanya dari sudut pandang Ekonomi konvensional tetapi secara perspektif Ekonomi Islam pun masalah tersebut telah dikaji dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

- a. Aspek pemasaran, pemasaran sering diartikan dengan penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya lebih luas, mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk

¹⁹Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 34

²⁰Elza Maulida Merdekawati, "Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan"...., h. 35.

mengembangkan produk baru, dan kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual.²¹ Dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.²² Jadi kegiatan pemasaran menjadi cerminan dari apa yang bisa diberikan oleh pemilik usaha untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen untuk memperoleh laba sebagai tujuan akhirnya.

Istilah pemasaran atau *marketing* tidak banyak dikenal pada masa Nabi. Saat itu konsep yang terkenal adalah jual beli (*bay'*) yang memang sudah ada sebelum Islam datang. Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang inisiator kepada pelanggannya. Menurut ajaran Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut Islam, yaitu:²³

²¹Sadono sukirno, et. al. *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Penamedia, 2004), h. 206-207.

²²Idri, *Hadis Ekonomi...*, h. 265

²³ *Ibid.* h. 281

Pertama, memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa) sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah dan bukan sebaliknya.

Dalam surat *al-maidah* ayat 2, Allah berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

Kedua, berlaku adil dalam berbisnis (*'adl*). Sikap adil akan mendekatkan pelakunya pada nilai ketakwaan. Keadilan dapat diwujudkan dengan menerapkan pemerataan dalam bidang ekonomi. Yaitu dengan cara memberikan hak orang lain dari sebagian harta yang kita miliki. Dan tidak melakukan apa yang telah dilarang Allah dan Rasulnya.

Ketiga, berkepribadian baik dan simpatik serta menghargai hak dan milik orang secara benar. Islam melarang seseorang mengambil hak orang lain secara batil, tidak baik dan tidak simpatik.

Keempat, melayani konsumen dengan rendah hati (*khidmah*). Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam Islam.

Kelima, selalu menepati janji dan tidak curang dalam pemasaran termasuk dalam penentuan kualitas dan kuantitas barang dan jasa.²⁴

Keenam, jujur dan terpercaya, tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. Ketika seorang tenaga pemasaran mengiklankan barangnya tidak boleh dilebih-lebihkan atau mengiklankan barang bagus padahal kenyataannya tidak demikian. Antara pernyataan iklan dengan barang secara actual harus sama. Sebagaimana firman Allah berikut ini:

وَأَتُوا الَّتِي مَ أَمْوَالَهُمْ وَلَا تَتَبَدَّلُوا الْخَبِيثَ بِالطَّيِّبِ وَلَا تَأْكُلُوا
أَمْوَالَهُمْ إِلَى أَمْوَالِكُمْ إِنَّهُ كَانَ حُوبًا كَبِيرًا

Artinya: Dan berikanlah kepada anak-anak yatim (yang sudah balig) harta mereka, jangan kamu menukar yang baik dengan yang buruk dan jangan kamu Makan harta mereka bersama hartamu. Sesungguhnya tindakan-tindakan (menukar dan memakan) itu, adalah dosa yang besar. (Q.S An-Nisaa 4 : 2)

Ketujuh, tidak suka beburuk sangka dan tidak suka menjelek-jelekkan barang dagangan atau milik orang lain. Rasulullah bersabda:²⁵

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ فَإِنَّ
الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ وَلَا تَحَسَّسُوا وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا تَنَافَسُوا وَلَا تَحَاسَدُوا
وَلَا تَبَاغَضُوا وَلَا تَدْبُرُوا وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا (رَوَاهُ مُسْلِمٌ)

“Dari Abu Hurayrah bahwasanya Rasulullah SAW bersabda, “Jauhilah prasangka karena sesungguhnya prasangka itu pembicaraan yang paling

²⁴ Ibid. h. 281-283

²⁵ Ibid. h. 284-285

dusta, jangan saling mencari-cari kesalahan, jangan saling memata-matai, jangan saling mendengki, jangan saling iri, jangan saling membenci, jangan saling bermusuhan, dan jauhilah hamba-hamba Allah yang bersaudara.” (HR. Muslim)

Kedelapan, tidak melakukan suap (risywah). Suap menyuap dilarang dalam islam, sebagaimana dinyatakan oleh Rasulullah:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الرَّشِي وَالْمُرْتَشِي (رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَالتِّرْمِذِيُّ)

“Dari ‘Abdullah ibn ‘Amr katanya: Rasulullah melaknat pemberi suap dan penerima suap”. (HR. Abu Dawud dan al-Tirmidzi)

Kesembilan, segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk aktivitas pemasaran, harus memberikan manfaat kepada banyak pihak, tidak hanya untuk individu atau kelompok tertentu saja.

Kesepuluh, saling bekerja sama untuk dapat saling memberikan manfaat menuju kesejahteraan bersama.²⁶

Pemasaran yang terorganisir sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis bagi para pelaku usaha, tetapi di zaman yang modern seperti sekarang ini masih ada saja pelaku bisnis yang belum mengetahui seberapa pentingnya aspek pemasaran yang baik dalam pengembangan usaha. Karena tujuan pemasaran itu sendiri adalah untuk memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dan bisa memenuhi kepuasan pelanggan.

²⁶ *Ibid.* h. 285

b. Aspek sumber daya manusia, sebagian besar kegiatan bisnis memang memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas agar dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada serta dapat mengelola usaha dengan baik. Tetapi ada juga sebagian bisnis yang tidak terlalu menilai sumber daya manusia berdasarkan kualitasnya terkait dari kegiatan produksi yang cukup sederhana dalam pengolahan bahan baku. Tetap saja sumber daya manusia yang berkualitas itu diperlukan demi keberlangsungan dan berkembangnya sebuah usaha. Islam mengakui adanya perbedaan kompensasi di antara pekerja, atas dasar kualitas dan kuantitas kerja yang dilakukan,²⁷ sebagaimana yang dikemukakan dalam Al-Qur'an surat *Al-Ahqaf* [46] : 19 :

وَلِكُلِّ دَرَجَتٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُؤْتِيَهُمْ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.

Islam juga menganjurkan kepada para pekerja, untuk melakukan tugas dan pekerjaan tanpa ada penyelewengan dan kelalaian, bekerja secara efisien. Ketekunan dan ketabahan dalam bekerja dianggap sebagai sesuatu yang terhormat.²⁸

²⁷Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam...*, Ibid, h. 277.

²⁸Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam...*, Ibid, h. 278.

- c. Aspek permodalan, pada dasarnya pemilik usaha telah menentukan strategi pembiayaan usaha nya kepada sumber-sumber pembiayaan yang murah dan mudah, untuk kalangan pengusaha UMKM terutama usaha mikro dan usaha kecil pendanaan bersumber dari modal sendiri atau kekayaan pribadi. Tetapi dalam dunia usaha tidak selalu modal pribadi itu bisa terus berputar dan membantu dalam pengembangan usaha. Dalam islam, memiliki harta dan memproduksi barang-barang yang baik adalah sah. Namun, kepemilikan harta itu bukanlah tujuan akan tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum. Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan terhenti, dan berdampak pada terhambatnya perkembangan bangsa.²⁹ Oleh sebab itu tak sedikit industri-industri yang membutuhkan bantuan modal dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Allah telah menjadikan apa yang ada di bumi ini sebagai salah satu modal yang bisa dijadikan manusia untuk mengeksplor apa yang ada di dalamnya dan Allah

²⁹Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam...*, h. 225.

memerintah umatnya untuk bekerja dan mencari rezeki dengan apa yang telah disiapkan oleh-Nya.

Seperti yang tertulis dalam surat *Al-Jumu'ah* [62] : 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

- d. Aspek inovasi, inovasi yang bisa di artikan seperti kecerdasan kreatif seseorang dalam mengimplementasikan sesuatu dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Dalam perspektif ekonomi islam, inovasi terhadap sumber daya yang dimiliki juga diperlukan termasuk sumber daya alam dan sumber daya manusia, juga ditentukan dengan berbagai macam kecanggihan teknologi yang mampu memberikan inovasi baru dan efisiensi bagi suatu industry. Rasulullah SAW menganjurkan *itqan* (tekun) dalam setiap pekerjaan yang dilaksanakan oleh seorang muslim.

Diceritakan dalam musnad Zaid bin Ali dari Ali Bin Abi Thalib, bahwa seorang lelaki menemui Rasulullah SAW dan menanyakan tentang usaha yang lebih baik. Beliau bersabda:

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قُلْ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: “Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap transaksi jual beli yang dibenarkan (Mabrur)” (HR. Ahmad 4: 41, Hasan lighoirihi).

Sesungguhnya Allah menyukai orang yang beriman yang professional (*al-muhtarif*), dan orang yang menderita karena membiayai keluarganya tak ubahnya seperti pejuang (*mujahid*) di jalan Allah.”³⁰

Membuat suatu barang menjadi berguna berarti juga memproduksi suatu barang yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memiliki daya jual yang tinggi. Jenis barang/jasa tersebut tentunya berdaya guna tinggi, terjangkau, bermanfaat dan menarik konsumen, sehingga penjualannya akan selalu naik dan konstan. Barang/jasa yang inovatif, selalu dihasilkan oleh produsen yang professional. Karena Ali Bin Abi Thalib dalam *Nahjul Balaghah* menasehati seorang Muslim agar mengambil sesuatu yang baik, walaupun hal tersebut datang dari musuh. Maka dari itu, melakukan suatu inovasi adalah salah satu bentuk ketekunan dalam melakukan pekerjaan dan merupakan suatu kewajiban bagi seorang produsen Muslim, demi kemaslahatan produksinya, di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat di era industri sekarang ini.³¹

Inovasi menjadi permasalahan yang kompleks yang berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia. Inovasi tidak akan bisa diimplementasikan pada suatu barang/jasa jika sumber daya manusianya

³⁰ *Ibid.* h. 125

³¹ *Ibid.* h. 126

tidak memiliki ketekunan dan kecerdasan kreatif (*creative intelligence*).

Hal ini menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro kecil menengah agar dapat bertahan dalam persaingan industri yang semakin ketat.

e. Aspek Kemitraan, mitra adalah temuan sejajar tanpa kesenjangan, artinya jarak kemitraannya tidak memisahkan satu dengan yang lain. Dalam dunia usaha kemitraan sering diartikan saling melengkapi satu dengan yang lainnya dalam bingkai kesejajaran disegala bidang. Kerja sama merupakan suatu alat di mana keuntungan wirausaha dapat ditingkatkan dengan menolong dirinya sendiri melalui pertolongan bersama dengan moto kerja sama masing-masing untuk semua, dan semua untuk masing-masing. Tujuan kerja sama ini untuk meningkatkan pendapatan masing-masing pihak.³²

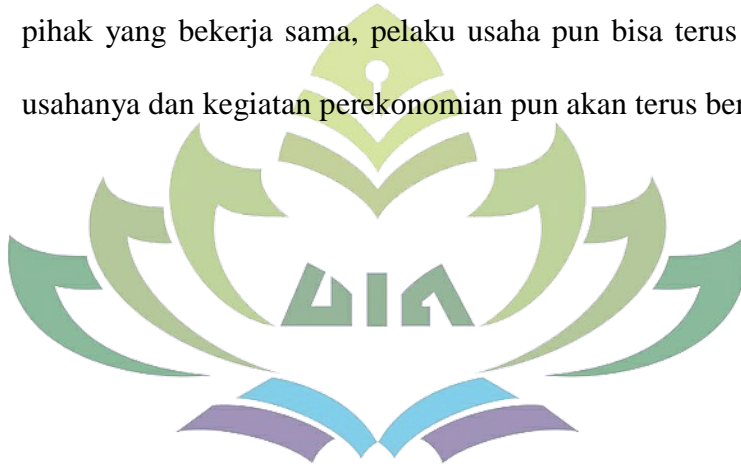
Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat *Al-Maidah* [5]: 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ
إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.

³² Yuyus Suryana, Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Edisi Kedua, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 184.

Apabila diantara masyarakat terjalin kerja sama yang erat, maka hal itu menjadi modal dalam kemajuan materi, kebutuhan antar individu akan mudah terpenuhi. Dalam dunia usaha terbatasnya jalinan kemitraan juga berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, terutama usaha mikro dan kecil yang mana pelaku usaha mengharapkan dengan adanya kemitraan yang terjalin maka akan ada bantuan dan dukungan berupa modal yang nantinya akan bisa memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yang bekerja sama, pelaku usaha pun bisa terus mengembangkan usahanya dan kegiatan perekonomian pun akan terus berlangsung.



BAB III

PENYAJIAN DATA LAPANGAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bandar Lampung secara geografis menjadi pintu gerbang utama pulau Sumatra bagian selatan, atau tepatnya kurang lebih 165 km sebelah barat laut Jakarta. Bandar Lampung memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktivitas pendistribusian logistik dari Jawa menuju Sumatra maupun sebaliknya.

Bandar Lampung menjadi pusat perdagangan provinsi yang berfungsi sebagai penampung, distributor, sekaligus pengolah hasil bumi yang ada di provinsi Lampung. Hasil bumi yang sering ditemui dan diperdagangkan di Bandar Lampung antara lain kopi, lada, dan pisang. Kopi dari Lampung terutama jenis *robusta* telah mampu menerobos pasar internasional. Kopi tersebut dikirim dalam bentuk kering. Pasokan kopi kering diperoleh dari sentra-sentra penghasil kopi seperti Kabupaten Lampung Barat, Lampung Utara, dan Tanggamus.¹

Produk perdagangan unggulan Kota Bandar Lampung lainnya adalah pisang. Buah ini banyak didatangkan dari Kabupaten Lampung Selatan, Tanggamus, Lampung Barat, Lampung Utara, Lampung Tengah, dan Lampung Timur. Produksi pisang Lampung pada tahun 2003 mencapai 319.081 ton, angka ini terus meningkat dibandingkan dengan

¹ Jeni Wulandari, *Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi Kasus Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung)*, (Universitas Indonesia: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2009), h. 69.

produksi pisang pada tahun sebelumnya yakni pada tahun 2002 sebesar 184.554. Ekspor pisang di Indonesia selama ini ditujukan ke Negara-negara di kawasan Asia terutama Cina.

Bagi pasar domestik, ekspor pisang cukup menjanjikan, selain dikonsumsi langsung sebagai buah segar, pisang Lampung ini juga banyak diolah menjadi keripik pisang. Keripik pisang memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibanding pisang segar, selain itu keripik pisang juga lebih tahan lama. Hanya saja, titik lemah agroindustri di Indonesia yakni tidak adanya sistem makro yang bisa diandalkan. Sehingga agroindustri keripik buah (terutama pisang) seperti di Lampung dan Jawa Timur dapat secara rutin mengalami kesulitan bahan baku.

Sektor industri pengolahan menjadi kontributor utama dalam perekonomian kota Bandar Lampung. Karena keadaan demikian, ada beberapa kawasan industri yang tumbuh dengan sendirinya. Salah satu kawasan industri yang ditetapkan pemerintah yaitu Sentra UMKM keripik pisang Kota Bandar Lampung yang bermula dari sebuah kelompok usaha bersama.²

B. Gambaran Umum Sentra UMKM Keripik

1. Sejarah Sentra UMKM Keripik

Sentra UMKM Keripik yang terletak di Jalan Pagar Alam telah berdiri sejak tahun 2006. Awal mulanya yang mempori pertama kali adanya usaha keripik sentra UMKM ini adalah Bapak Sucipto

² *Ibid.* h. 70.

Adi, yakni pada tahun 1996, barulah setelah itu sepuluh tahun kemudian muncul beberapa pedagang-pedagang kecil tetapi belum membentuk sebuah pasar seperti saat ini. Dengan mengajak para kerabat dan teman-teman yang saat itu berjumlah Sembilan orang mulailah dibentuknya sebuah kelompok usaha bersama yang diberi nama KUB Telo Rezeki dibawah binaan Dinas Koperasi dan Industri Perdagangan pada saat itu yang dikukuhkan pada tanggal 2 Februari 2007 dan mulai difasilitasi oleh PT. Perkebunan Nusantara VII Provinsi Lampung. Dengan terjalinnya kerja sama antara Dinas Perindustrian dengan PT. Perkebunan VII dan menjadi salah satu BUMN Pembina program kemitraan dengan UMKM di Kota Bandar Lampung maka dibangunlah gapura sebagai simbol yang menyatakan kawasan tersebut sebagai kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung. Sentra UMKM Keripik Kota Bandar Lampung ini terletak di Jalan Pagar Alam, Kelurahan Gunung Terang, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung atau biasa dikenal sebagai Gang PU.

Setelah mendapatkan legalitas formal sebagai sebuah kelompok usaha bersama, jumlah UMKM yang bergabung menjadi semakin bertambah yakni 19 UMKM pada akhir 2007, jumlah ini terus meningkat setelah adanya pendirian gapura yang semakin mengenalkan daerah Gang PU sebagai Sentra UMKM Keripik Kota Bandar Lampung dengan adanya keberadaan KUB Telo Rezeki.

2. Struktur Organisasi Sentra UMKM Keripik

Table 3.1
Struktur Organisasi

1	Ketua Kelompok	Sucipto Adi
2	Sekretaris	Hariyanto
3	Bendahara	Suhartono
4	Humas	Suheri
5	Produksi dan Pemasaran	Malik

Sumber: Wawancara ketua KUB Telo Rezeki

Struktur kepengurusan dalam KUB Telo Rezeki ini sebelumnya terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota, dan sekarang telah ditambahkan kepala bagian humas serta produksi dan pemasaran. Idealnya untuk pergantian kepengurusan ini dilakukan satu tahun sekali. Karena belum adanya konsensus bersama untuk ketentuan reorganisasi kepengurusan KUB, awalnya kepengurusan ini dilakukan dengan penunjukan langsung, dan sejak tahun 2006 sampai saat ini belum ada pergantian kepengurusan hanya saja ada tambahan bidang pengurus seperti yang ditunjukkan table 3.1. Pertemuan dalam kepengurusan ini cenderung pasif dan kurangnya antusias dari beberapa anggota, jadi pertemuan diadakan jika ada keperluan, informasi, dan berita-berita penting terkait kegiatan di Sentra UMKM.

3. Perkembangan Sentra UMKM Keripik

Mulai dari berdirinya kawasan sentra UMKM keripik ini, terhitung pada tanggal 1 Agustus 2008 sentra UMKM menerima bantuan permodalan dari Departemen Perindustrian Kota Bandar Lampung, dengan diadakannya pelatihan, pelaku usaha di bantu permodalannya terutama dari segi alat-alat produksi seperti peralatan

dapur untuk memproduksi keripik, etalase, mesin press, alat hitung dan lain sebagainya, ada juga bantuan untuk pelaksanaan sertifikasi produk. Meskipun begitu ada juga pelaku usaha yang membeli alat produksi sendiri untuk menunjang kegiatan produksi mereka.³

Selain itu, bersama dengan PTPN VII, sentra UMKM ini juga mendapat dukungan promosi berupa keikutsertaan UMKM keripik dalam pameran-pameran baik yang diselenggarakan di Provinsi Lampung maupun di luar daerah Lampung, termasuk dukungan dalam meningkatkan pengetahuan atau wawasan pengusaha terhadap pengelolaan manajerial, pengemasan yang baik, teknik produksi, dan sebagainya melalui pelatihan-pelatihan maupun seminar bagi para pelaku UMKM.

Menurut ketua KUB Telo Rezeki, perkembangan UMKM cenderung meningkat dikelompok, tetapi bagi masing-masing pelaku usaha mengalami fluktuasi pada pendapatan mereka, meskipun begitu para pelaku UMKM masih terus berusaha mempertahankan usaha mereka agar bisa terus bersaing dipasaran dan memenuhi selera konsumen. Jelas sekali adanya hambatan yang dihadapi para pelaku usaha, bahkan sampai ada yang tutup dan lebih memilih menjual outlet mereka kepada yang lain. Tetapi itu tidak lantas membuat kawasan sentra UMKM keripik ini sepi begitu saja, karena ketika satu hilang maka biasanya muncul lagi pendatang baru. Bagi para pelaku UMKM

³ Agus Susanti, wawancara dengan penulis, Keripik Lala, Bandar Lampung, 1 April 2019

saat ini bertahan itu lebih utama untuk kondisi ekonomi yang sepi seperti saat ini dibandingkan harus mengembangkan sayap yang lebih lebar.

Tabel 3.2
Data Omzet Penjualan Keripik Pisang 2016-2018
Sentra UMKM Keripik Jalan Pagar Alam

NO	NAMA KERIPIK	NAMA PEMILIK	OMZET 2016	OMZET 2017	OMZET 2018
			(Rp)	(Rp)	(Rp)
1	Keripik Arabar	Boiman	240.000.000	360.000.000	240.000.000
2	Keripik Karya Mandiri	Malik	612.000.000	540.000.000	324.000.000
3	Keripik Lampung	Wasiti	264.000.000	360.000.000	288.000.000
4	Keripik Cesy Lia	Suhartini	720.000.000	360.000.000	180.000.000
5	Keripik Dua Dara	Mardiyah	547.200.000	360.000.000	120.000.000
6	Keripik Asa-Cipto Roso	Sucipto Adi	5.376.000.000	2.400.000.000	840.000.000
7	Keripik Nisa	Romlah	720.000.000	360.000.000	72.000.000
8	Keripik Fino	Suwarno	424.800.000	120.000.000	24.000.000
9	Keripik Bu Mery	Soman Jaya	569.000.000	240.000.000	120.000.000
10	Keripik Suheri	Suheri	960.000.000	240.000.000	216.000.000
11	Keripik Siger	Iskandar	0	1.800.000.000	1.440.000.000
12	Keripik Askha Jaya	Askasifi Eka	1.620.000.000	1.728.000.000	1.800.000.000
13	Keripik Wagiman	Wagiman	422.400.000	432.000.000	180.000.000
14	Keripik Zom-Zom Family	Een Sarwasi	300.000.000	240.000.000	180.000.000
15	Keripik Lateb Jaya	Hariyanto	564.000.000	480.000.000	288.000.000
16	Keripik Puri Jaya	Reno	324.000.000	168.000.000	120.000.000
17	Keripik Alinda	Sunarti	691.200.000	360.000.000	345.600.000
18	Keripik Shinta	Shinta	900.000.000	720.000.000	648.000.000
19	Keripik Rona Jaya	Heriyanto	724.800.000	720.000.000	600.000.000

20	Keripik Sumber Rezeki	Suhartono	811.200.000	720.000.000	360.000.000
21	Keripik Rizka	Gunawan	324.000.000	192.000.000	120.000.000
22	Keripik Royyan	Royyan	516.000.000	480.000.000	216.000.000
23	Keripik Alibaba	Anwar	432.000.000	360.000.000	192.000.000
24	Keripik Yaya	Sudirman Isun	2.385.000.000	924.000.000	252.000.000
25	Keripik Lala	Agus Susanti	724.800.000	480.000.000	252.000.000
26	Keripik Rojo Keripik	Sri Rejeki	547.200.000	480.000.000	360.000.000
27	Keripik Saudagar	Elma Yunita	0	0	84.000.000
28	Keripik Shaqila	Sidik Jaya	324.000.000	216.000.000	180.000.000
29	Keripik Rossa	Rosi dan Sadikin	0	0	180.000.000
30	Keripik Kurnia	Ridwan	720.000.000	180.000.000	108.000.000
31	Keripik Nayla	Nayla	0	0	336.000.000
32	Kerpik Mahkota	Robby F.S	960.000.000	840.000.000	720.000.000

Sumber : Data diolah Wawancara Pelaku Usaha Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam

Dari hasil pengolahan data berdasarkan wawancara para pelaku usaha, di dapatkan hasil penjualan tahunan yang mana menunjukkan adanya fluktuasi pada nilai omzet tersebut. Ada beberapa yang tetap mengalami kenaikan walaupun sedikit dikarenakan sudah banyak nya langganan atau kemitraan yang terjalin. Sebagian besar pelaku usaha menyatakan bahwa memang beberapa tahun belakangan ini keadaan pasar semakin sepi, daya beli konsumennya menurun terutama pada akhir tahun 2018 yang lalu. Biasanya pada hari libur tahun baru, oleh-oleh keripik pisang khas Lampung cukup menjadi primadona bagi para pengunjung luar kota. Tetapi dikarenakan adanya bencana alam yang melanda selat sunda dan beberapa kota di Indonesia lainnya menjadi

salah satu faktor menurunnya daya beli konsumen yang berdampak pada menurunnya omzet usaha.

Berikut ini klasifikasi UMKM yang ada di Jalan ZA. Pagar alam, berdasarkan kriteria penjualan tahunan :

Tabel 3.3
Klasifikasi Skala Usaha Mikro dan Usaha Kecil
Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam

Skala Usaha	Nama Keripik
Usaha Mikro :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keripik Arabar 2. Keripik Lampung 3. Keripik Cesy Lia 4. Keripik Dua Dara 5. Keripik Nisa 6. Keripik Fino 7. Keripik Bu Mery 8. Keripik Suheri 9. Keripik Wagiman 10. Keripikzom-Zom Family 11. Keripik Lateb Jaya 12. Keripik Puri Jaya 13. Keripik Rizka 14. Keripik Royyan 15. Keripik Alibaba 16. Keripik Yaya 17. Keripik Lala 18. Keripik Saudagar 19. Keripik Shaqila 20. Keripik Rossa 21. Keripik Kurnia
Usaha Kecil :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keripik Karya Mandiri 2. Keripik Asa-Cipto Roso 3. Keripik Siger 4. Keripik Askha Jaya 5. Keripik Alinda 6. Keripik Rona Jaya 7. Keripik Sumber Rezeki 8. Keripik Shinta 9. Rojo Keripik 10. Keripik Nayla 11. Keripik Mahkota

Sumber : Data diolah dari hasil wawancara pelaku usaha pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Tahun 2018.

Selain klasifikasi berdasarkan kriteria omzet penjualan tahunan, UMKM juga dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, seperti pada data berikut ini :

Tabel 3.4
Klasifikasi Skala usaha mikro, kecil dan menengah
Pada sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam

Skala usaha	Nama Keripik	Jumlah tenaga kerja
Industri rumah tangga :	1. Keripik Zom-Zom Family	2
	2. Keripik Wagiman	3
	3. Keripik Dua Dara	4
	4. Keripik Cesy Lia	3
	5. Keripik Sumber Rezeki	4
	6. Keripik Yaya	4
	7. Keripik Shaqila	4
	8. Keripik Royyan	3
	9. Keripik Nisa	2
	10. Keripik Saudagar	1
	11. Keripik Rossa	2
	12. Keripik Kurnia	4
	13. Keripik Lala	4
	14. Keripik Mahkota	4
	15. Keripik Puri Jaya	2
	16. Keripik Lampung	4
	17. Keripik Arabar	2
	18. Keripik Siger	4
	19. Keripik Alibaba	2
	20. Rojo Keripik	2
Industri kecil :	1. Keripik Fino	5
	2. Keripik Asa-Cipto Roso	5
	3. Keripik Rona Jaya	6
	4. Keripik Rizka	5
	5. Keripik Lateb Jaya	5
	6. Keripik Alinda	8
	7. Keripik Nayla	5
	8. Keripik Karya	8

	Mandiri	
	9. Keripik Suheri	6
	10. Keripik Ibu Mery	8
Industri menengah :	1. Keripik Shinta	13
	2. Keripik Askha Jaya	25

Sumber : Data diolah dari hasil wawancara pelaku usaha pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Tahun 2018.

4. Penghambat Perkembangan Sentra UMKM

Pada pembahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa ada beberapa faktor penghambat perkembangan UMKM yang terdiri dari berbagai aspek seperti, kemampuan sumber daya alam yang terbatas, teknologi, permodalan, kemitraan, manajemen yang rendah dan kurangnya inovasi. Apabila aspek-aspek tersebut terdapat dalam perkembangan UMKM para pelaku usaha maka dapat dikatakan pelaku usaha tersebut sedang menghadapi permasalahan dalam pengembangan usahanya dan sedang berusaha agar usaha tersebut tetap bertahan.

a. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu. Pelaku dan sifatnya dilakukan oleh keturunan dan lingkungannya, sedangkan prestasi kerjanya di motivasi oleh keinginan untuk memenuhi kepuasannya.⁴

⁴ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 244

Melalui wawancara dan observasi langsung kepada para informan di dapatkan bahwa sebagian pelaku usaha atau pemilik UMKM memiliki permasalahan dalam aspek kualitas sumber daya manusianya, walaupun dalam kegiatan produksi pembuatan keripik ini tidak begitu memerlukan keahlian khusus, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari beberapa hasil wawancara terhadap beberapa pelaku usaha keripik pisang.

- 1) Pada wawancara, Bapak Hariyanto pemilik UMKM Keripik Lateb Jaya yang menjadi penjual sekaligus produsen bagi pengecer lain baik di kawasan sentra UMKM maupun di luar kota. Termasuk sebagai produsen, dalam kegiatan produksinya beliau kekurangan sumber daya yang tekun yakni pekerja yang mau kerja keras dan mampu bertahan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, walaupun hanya sekedar mengupas pisang atau memotongnya tidak memerlukan keahlian yang sangat khusus tetapi ketekunan sangatlah diperlukan. Hal inilah yang masih dirasa sangat menghambat perkembangan usaha pak hariyanto hingga saat ini. Alasan penyebab dari kurang tekunnya sumber daya manusia yang ada berdasarkan etos kerja dan mental yang dimiliki oleh individu itu sendiri terutama dari faktor usia, mereka yang terbilang muda tidak memiliki keseriusan dan jiwa seorang wirausaha maka dari itu sumber daya manusia yang ada mencari-cari alasan untuk berhenti kerja, jelas pak Hariyanto.⁵
- 2) Pada wawancara, Ibu Shinta selaku admin Keripik Shinta sama halnya dengan Bapak Hariyanto yang memiliki kendala pada kualitas sumber daya manusia, sulit mencari yang tekun dan mampu bertahan hingga waktu yang lama, penyebab dari kurangnya ketekunan pekerja berasal dari mental yang dimiliki oleh pekerja itu sendiri, sama halnya dengan pemilik keripik lateb jaya, usia pekerja yang terbilang muda masih belum

⁵ Hariyanto, wawancara dengan penulis, Keripik Lateb Jaya, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

memahami tujuan dari mereka bekerja dan menjadikan hal tersebut hanya sebagai batu loncatan . Hal ini masih menjadikan mereka tidak memiliki etos kerja yang baik dan menjadi kendala bagi owner keripik Shinta yang memiliki rencana membuka outlet diluar kota.⁶

3) Pada wawancara, Saudara Aditya Ramadhan selaku kepala manajemen di UMKM Keripik Ibu Mery 3, terkait dengan sumber daya manusia beliau merasakan perlunya kualitas sumber daya manusia terutama yang berkaitan dengan nilai-nilai integritas seperti kejujuran, kedisiplinan dan ketekunan. Agar kegiatan usaha tersebut dapat terus berlangsung dengan adil, jujur dan tidak menghambat kegiatan lainnya.⁷

4) Pada wawancara, Bapak Robby pemilik usaha Keripik Mahkota yang hanya sebagai pengecer tidak memproduksi sendiri juga menemukan kendala pada aspek sumber daya manusia, beliau menyatakan bahwa pada saat sekarang ini mencari karyawan yang mau tekun dan bertahan menjaga toko sangat sulit, kebanyakan dari tenaga kerja itu mampu bertahan sekitar tiga bulan saja. Penyebab dari kurangnya ketekunan pekerja disini masih disebabkan oleh faktor usia yang terbilang muda, dimana pekerja ini menjadikan pekerjaannya sebagai batu loncatan bukan sebagai suatu kewajiban untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, keadaan pasar yang semakin sepi pun menambah kejenuhan para pekerja untuk terus bekerja keras.⁸

5) Pada wawancara, Bapak Reno pemilik Keripik Puri Jaya menurutnya kekurangan sumber daya manusia yang tekun menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan usaha beliau, sebelumnya karya mandiri memiliki dua outlet tetapi saat ini hanya satu outlet yang mampu bertahan. Tenaga kerja yang tekun sangat diperlukan dalam mempertahankan pengembangan usaha, beliau menyatakan pekerja

⁶ Shinta, wawancara dengan penulis, Keripik Shinta, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

⁷ Aditya Ramadhan, wawancara dengan penulis, Keripik Ibu Mery 3, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

⁸ Romlah, wawancara dengan penulis, Keripik Nisa, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

sekarang hanya menginginkan bagaimana menjadi pekerja instan dengan gaji yang besar tanpa mau mencari tau, berinisiatif dan mengambil ilmu dari pekerjaan tersebut untuk kemudian dimanfaatkan dan di praktekkan kembali, dan juga mungkin mereka berfikir bahwa bagi mereka yang masih muda pekerjaan ini termasuk pekerjaan kasar (bagian produksi) yang semakin lama membuat mereka lelah dan menjadi malas untuk bekerja. Maka dari itu permasalahan kenapa pekerja-pekerja itu tidak tekun berasal dari dalam diri dan cara berfikir pekerja itu sendiri, sebelumnya mereka tidak pernah mengeluhkan tentang besarnya gaji ataupun jam kerja.⁹

Hampir sebagian usaha di Jalan Pagar Alam ini bisa dikatakan Usaha Kecil dan Usaha Menengah, tetapi kekurangan sumber daya manusia yang tekun yang mampu bertahan dan berkepribadian baik pun sangat diperlukan, semua pelaku usaha yang berstatus tidak hanya sebagai pedagang juga sebagai produsen hampir semua tenaga sumber daya manusianya memanfaatkan saudara maupun kerabat sekitar, dan ada beberapa yang berasal dari luar lingkungan Gang PU. Secara langsung keberlangsungan kegiatan produksi keripik di Sentra UMKM ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat sekitar dan menjadi simbiosis yang saling menguntungkan karena dari situlah pendapatan warga sekitar berasal terutama bagi para ibu-ibu rumah tangga.

⁹ Reno, wawancara dengan penulis, Keripik Puri Jaya, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

b. Teknologi

Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas bisnis UMKM akan mampu memberi peningkatan nilai tambah berbagai produk. Masih banyak produk UMKM yang dihasilkan belum mendapat sentuhan teknologi baik dalam proses produksi, kreativitas, desain, serta inovasi. Tetapi tidak semua kegagalan adopsi teknologi semata-mata dikarenakan pelaku bisnis itu sendiri melainkan kualitas teknologi yang belum bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha.¹⁰

Bisa dikatakan teknologi yang modern belum bisa memenuhi kepuasan para pelaku usaha di Sentra UMKM keripik terutama bagi mereka yang memproduksi sendiri.

- 1) Pada wawancara, Ibu Mardiyah selaku pemilik Keripik Dua Dara beliau menyatakan kurangnya keahlian beliau dalam memanfaatkan teknologi menjadi kendala tersendiri bagi usahanya.¹¹
- 2) Pada wawancara, Ibu Een Sarwasih pemilik Keripik Zom-Zom Family kendala teknologi yang beliau hadapi berkaitan dengan biaya pemenuhan alat teknologi tersebut yang bisa dibilang cukup mahal. Beliau sendiri mengharapkan adanya teknologi yang canggih yang dapat menunjang kegiatan produksinya diharapkan bisa mempermudah proses produksi terutama untuk buah pisang, dan itu didukung dengan biaya yang memadai.¹²
- 3) Pada wawancara, Ibu Wagiman selaku pemilik Keripik Wagiman yang juga belum menggunakan alat

¹⁰ Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual...*, h. 34

¹¹ Mardiyah, wawancara dengan penulis, Keripik Dua Dara, Bandar Lampung, 1 April 2019

¹² Een Sarwasih, wawancara dengan penulis, Keripik Zom-Zom Family, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

teknologi pada proses produksinya selain karena alat teknologi yang sulit dicari juga karena sumber daya manusia yang belum mumpuni dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Ada alat teknologi terutama untuk keripik pisang tetapi hasilnya kurang memuaskan, beliau mengharapkan ada teknologi yang bisa menghasilkan keripik pisang yang pas bentuk dan ketebalannya sehingga proses produksi lebih efisien dan kualitas produk tetap terjaga.¹³

- 4) Pada wawancara, Bapak Suwarno selaku pemilik Keripik Fino ditengah banyaknya persaingan yang semakin ketat, kepercayaan dan kesadaran diri Pak Suwarno belum membuatnya sadar akan kecanggihan teknologi informasi, menurut beliau teknologi informasi saat ini terlalu ribet dan beliau juga tidak sempat waktu untuk menggunakannya ini lah yang membuat perkembangan usaha nya jadi terhambat.¹⁴
- 5) Pada wawancara, Bapak Sucipto Adi pemilik merk keripik Asa-Cipto roso, menyatakan bahwa hambatan yang beliau hadapi sebagai penjual yang sekaligus memproduksi keripik sendiri adalah alat teknologi yang masih belum bisa memenuhi kriteria atau standar produk yang pas dari segi bentuk dan ketebalannya terutama untuk keripik pisang, alat teknologi yang pernah digunakan tidak bisa menghasilkan keripik pisang yang bentuknya sesuai, maka dari itu para produsen keripik lebih memilih menggunakan alat potong manual untuk keripik pisang.¹⁵

¹³ Wagiman, wawancara dengan penulis, Keripik Wagiman 1, Bandar Lampung, 1 April 2019

¹⁴ Suwarno, wawancara dengan penulis, Keripik Fino, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

¹⁵ Sucipto Adi, wawancara dengan penulis, Keripik Asa-Cipto Roso, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

c. Modal

Modal adalah kekayaan yang didapatkan oleh manusia melalui tenaganya sendiri dan kemudian menggunakannya untuk menghasilkan kekayaan lebih lanjut.¹⁶

Sejauh ini beberapa pelaku usaha mengaku masih menggunakan tabungan sendiri dalam mengembangkan usaha, meskipun beberapa kali ada pihak bank yang menawarkan pinjaman tetapi beberapa pelaku usaha lebih memilih menggunakan tabungan sendiri karena tidak mau terbebani dengan cicilan bank. Meskipun begitu ada beberapa pelaku usaha yang melakukan pinjaman modal ke beberapa lembaga keuangan demi keberlangsungan usaha mereka.

- 1) Pada wawancara, Ibu Royyan pemilik keripik Royyan, saat ini masih menggunakan modal sendiri yang jumlahnya sangat terbatas tapi kebutuhan akan modal yang lebih dan bantuan modal dari pihak pemerintah terkait sangat diharapkan, agar usahanya bisa bersaing di pasaran dan bisa memiliki tempat yang luas serta menarik para konsumen lebih banyak lagi.¹⁷
- 2) Pada wawancara, Ibu Romlah pemilik keripik Nisa, kurangnya modal menjadi hambatannya dalam mengembangkan usaha keripik, sewa tempat yang mahal membatasinya untuk membuka outlet yang lebih besar lagi. Saat ini beliau baru memiliki satu outlet yang berada di Jalan Pagar Alam tersebut.¹⁸

¹⁶ Muhammad Syarif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 201.

¹⁷ Royyan, wawancara dengan penulis, Keripik Royyan, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

¹⁸ Romlah, wawancara dengan penulis, Keripik Nisa, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

- 3) Pada wawancara, Ibu Suheri pemilik Keripik Suheri beliau menyatakan meskipun usaha nya telah dirintis cukup lama tetapi masih sulit untuk mengembangkan bisnis dikarenakan mahal nya biaya sewa tempat untuk membuka cabang baru dan terkendala modal yang terbatas. Apalagi sekarang ini permintaan keripik mulai menurun, beliau lebih memilih untuk fokus mempertahankan usaha yang ada saat ini dari pada mengembangkan sayap usahanya.¹⁹
- 4) Pada wawancara, Bapak Agus pemilik keripik Lala, bantuan modal berupa alat produksi kurang efektif dalam membantu kegiatan produksi dan pengembangan UMKM KUB Telo Rezeki, pasalnya bantuan yang dikeluarkan oleh salah satu lembaga pemerintahan di Bandar Lampung hanya bisa di akses secara bersama-sama yang ditempatkan dikediaman ketua KUB, menurut beliau hal ini kurang efektif dikarenakan akan mempersulit perhitungan biaya operasional dan juga keberlangsungan produksi, karena dua alat produksi untuk dipakai oleh semua anggota KUB yang sebelumnya berjumlah 32 pelaku usaha.²⁰
- 5) Pada wawancara, Bapak Suhartono pemilik toko keripik Sumber Rezeki pernah mengalami kesulitan dalam permodalan. Beliau melakukan pinjaman kredit dengan salah satu lembaga keuangan pada awal usaha tersebut dibangun. Pada wawancara tersebut beliau menyatakan bahwa usaha-usaha kecil memang sempat diragukan oleh pihak bank karena adanya kemungkinan tidak dapat membayar cicilan dengan keadaan usaha baru yang masih tergolong usaha kecil.²¹
- 6) Pada wawancara, Ibu Rosi pemilik keripik Rossa menurut beliau untuk toko yang belum lama berlangsung masih sangat sulit memperoleh modal dari berbagai pihak lembaga keuangan. Umur usahanya saja baru berjalan kurang lebih 7 bulan, cukup sulit untuk mengajukan pinjaman modal usaha.

¹⁹ Suheri, wawancara dengan penulis, Keripik Suheri, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

²⁰ Agus, wawancara dengan penulis, Keripik Lala, Bandar Lampung, 1 April 2019

²¹ Suhartono, wawancara dengan penulis, Keripik Sumber Rezeki, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

Selama proses berkembangnya beliau masih menggunakan modal sendiri dan harus selalu mencari celah agar omset yang di dapat bisa terus diputar.²²

- 7) Pada wawancara, Ibu Nayla pemilik Keripik Nayla hampir sama permasalahannya dengan Ibu Rosi yang mana beliau belum lama ini memulai usahanya, sebagai pendatang baru tambahan modal sangat diperlukan agar dapat memenuhi selera konsumen dan dapat bersaing di pasaran. Tambahan modal amat sangat diperlukan ketika mendekati hari libur atau hari raya tiba. Sedangkan bagi usaha baru memiliki sedikit kesulitan untuk mendapatkan pinjaman karna kurangnya bukti bahwa nasabah mempunyai sumber dana untuk membayar angsuran ditambah lagi keadaan pasar yang mulai sepi.²³

Tetapi dewasa ini, ada beberapa pelaku usaha yang melakukan pinjaman modal dengan beberapa perbankan yang sejenis, tidak ada yang dipersulit bahkan pihak dari bank nya sendiri yang menawarkan pinjaman kepada beberapa pelaku usaha yang sudah berdiri sejak lama , meskipun begitu ditengah kondisi pasar yang melemah seperti saat ini mereka cukup mengeluhkan bunga yang cukup tinggi dan penghasilan yang mulai menurun.

d. Kemitraan

Mitra adalah temuan sejajar tanpa kesenjangan, artinya jarak kemitraannya tidak memisahkan satu dengan yang lain. Dalam dunia usaha kemitraan sering diartikan

²² Rosi, wawancara dengan penulis, Keripik Rossa, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

²³ Nayla, wawancara dengan penulis, Keripik Nayla, Bandar Lampung, 1 April 2019

saling melengkapi satu dengan yang lain dalam bingkai kesejajaran disegala bidang.²⁴

Para pelaku usaha khususnya usaha kecil dan usaha menengah seringkali menggambarkan kemitraan dengan kerjasama yang mengaitkan antara bantuan berupa modal dan promosi. Mereka membutuhkan kemitraan ketika para pelaku usaha mengharapkan adanya bantuan modal yang dapat di fungsikan dalam pengembangan usaha mereka.

- 1) Pada wawancara, Saudari Rida selaku admin Keripik Arabar menurut beliau pemilik Keripik Arabar tidak lagi bekerja sama dengan salah satu pihak supermarket dikarenakan kualitas produknya jadi menurun, keripik pisang nya banyak yang cepat hancur, dan juga pihak supermarket meminta bayaran lunas untuk semua produk yang dititipkan meskipun produk tersebut belum pasti terjual habis.²⁵
- 2) Pada wawancara, Bapak Iskandar selaku pemilik Siger keripik, menurutnya kemitraan dalam segi saling bekerja sama untuk saling mempromosikan belum ada, sebelumnya pernah ada kerja sama dengan PTPN VII menawarkan kerja sama berupa pinjaman modal dengan bunga yang lebih rendah dari pada perbankan tapi pelaku usaha ini memilih untuk menggunakan modal sendiri dalam pengembangan usahanya.²⁶
- 3) Pada wawancara, Ibu Rosi selaku pemilik Keripik Rossa, menurutnya kemitraan yang terjalin hanya berlangsung pada tahun-tahun pertama didirikannya Sentra UMKM ini, dan yang paling terlihat adalah Gapura yang menjadi simbol keberadaan pusat oleh-oleh khas Lampung di ujung jalan Gang PU. Itu lah

²⁴ Yuyus Suryana, Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan....*, h. 184.

²⁵ Rida, wawancara dengan penulis, Keripik Arabar, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

²⁶ Iskandar, wawancara dengan penulis, Keripik Siger, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

salah satu bentuk kemitraan berupa promosi, selebihnya pihak-pihak serupa menawarkan kerja sama dalam bentuk pinjaman, dan karena hal itu banyak pihak-pihak yang tidak melakukan kerja sama dan lebih memilih menggunakan modal sendiri dan promosi sendiri.²⁷

- 4) Pada wawancara, Ibu Rizka selaku pemilik Keripik Rizka menyatakan, sempat ada pelatihan dan kerja sama dengan pihak Bukalapak.com sebagai media online dalam promosi dan pemesanan, tetapi hal tersebut tidak berlangsung lama dikarenakan harga produk yang di tetapkan oleh pihak kemitraan cukup tinggi, maka dari itu penggunaan aplikasi bukalapak terhenti begitu saja dikhawatirkan pelanggan tidak tertarik, dan para pelaku usaha lebih memilih menggunakan media sosial biasa seperti whatsapp untuk pemesana online atau luar kota dan menggunakan pengiriman travel.²⁸
- 5) Pada wawancara, Bapak Nurizal selaku narasumber dari Keripik Saudagar sama hal nya seperti Ibu Rizka yang juga pernah bekerja sama dengan Bukalapak menurut beliau kurang mahirnya beliau dalam penggunaan aplikasi tersebut menjadi hambatan tersendiri dalam kegiatan usahanya. Penggunaan aplikasi yang cukup rumit menjadikan beliau lebih memilih menggunakan media sosial biasa seperti whastapp dalam setiap pemesanan online nya untuk luar kota.²⁹
- 6) Pada wawancara, Ibu Wasiti selaku pemilik Keripik Lampung menyatakan belum ada pihak-pihak yang menawarkan kerja sama atau hubungan kemitraan dalam upaya mempromosikan usahanya baik itu di sebuah acara perayaan daerah Lampung maupun promosi di media sosial.³⁰
- 7) Pada wawancara, Saudara Askasifi Eka pemilik keripik Askha Jaya menurut beliau meskipun

²⁷ Rosi, wawancara dengan penulis, Keripik Rossa, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

²⁸ Rizka, wawancara dengan penulis, Keripik Rizka, Bandar Lampung, 1 April 2019

²⁹ Nurizal, wawancara dengan penulis, Keripik Saudagar, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

³⁰ Wasiti, wawancara dengan penulis, Keripik Lampung, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

tokonya termasuk yang paling ramai dan paling modern tetapi pasti ada masalah yang beliau hadapi dalam berwirausaha, seperti hubungannya dengan mitra kerjanya yakni pemasok bahan baku. Ada kalanya para pemasok tersebut hanya mengantarkan bahan baku lebih sedikit dari biasanya dan mengatakan bahan baku saat ini sedang sulit agar barang tersebut menjadi langka, hal ini biasa terjadi ketika permintaan keripik sedang meningkat yaitu pada libur hari raya maupun tahun baru. Ketika bahan baku tersebut menjadi langka maka itu akan berimbas pada naiknya harga bahan baku.³¹

8) Pada wawancara, Bapak Anwar selaku pemilik Keripik Alibaba menurut beliau saat ini hambatan yang beliau hadapi adalah kurangnya kerja sama atau kemitraan dengan beberapa pihak yang seharusnya bisa menjadi wadah atau sarana ia berpromosi. Kondisi pasar yang sepi memerlukan promosi yang luas dan menarik agar dapat menarik minat konsumen. Usaha-usaha besar bisa menjadi promotor dan saling bertukar keuntungan.³²

9) Pada wawancara, Ibu Sri Rejeki selaku pemilik Rojo Keripik menurut beliau permasalahan yang ia hadapi saat ini pada aspek kemitraan, tidak berlangsungnya secara rutin pelatihan-pelatihan oleh lembaga terkait dalam membekali para pelaku usaha seperti dorongan berwirausaha, pelatihan dalam peningkatan kreatifitas pelaku usaha, juga kiat-kiat bertahan dalam persaingan yang sehat dan daya beli yang menurun. Para pelaku usaha perlu diberikan bimbingan akan hal-hal seperti itu ditengah kondisi pasar yang mulai sepi.³³

Ada beberapa pelaku usaha yang sudah menjalin kemitraan dengan beberapa lembaga, seperti Ibu Shinta pemilik Keripik Shinta beliau menjalin kerja sama dengan Bank

³¹ Askasifi Eka, wawancara dengan penulis, Keripik Askha Jaya, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

³² Anwar, wawancara dengan penulis, Keripik Alibaba, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

³³ Sri Rejeki, wawancara dengan penulis, Rojo Keripik, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

Mandiri, kedua pihak ini saling memberikan timbal baliknya, Ibu Shinta bekerja sama dalam bentuk pinjaman dan pihak Bank Mandiri beberapa kali mengundang Ibu Shinta sebagai pengisi materi dalam seminar kewirausahaan dan sebagainya yang di promotori pihak Bank Mandiri. Begitu juga dengan bapak Hariyanto yang pernah menjadi motivator pada seminar kewirausahaan yang diadakan oleh Kampus UIN Raden Intan Lampung, dalam kesempatan ini juga di jadikan ajang promosi produk Keripik Lateb Jaya oleh Bapak Hariyanto.

e. Manajemen

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional yang merupakan usaha keluarga turun temurun, yang berpegang teguh pada tradisi pengelolaan perorangan (*one man show*).³⁴ Tidak ada nya pembagian tugas yang jelas atau kurang terstruktur menandakan bahwa usaha kecil tersebut memiliki kemampuan manajemen yang sangat rendah.

- 1) Pada wawancara, Bapak Malik pemilik Keripik Karya Mandiri menyatakan kurangnya strategi-strategi manajemen yang diterapkan Karena kurangnya pengetahuan kemampuan sumber daya manusianya, strategi-strategi tersebut seharusnya bisa lebih efektif terutama pada segi penjualan untuk mengatasi kondisi pasar yang kini semakin sepi tetapi masih belum tepat sasaran.³⁵
- 2) Pada wawancara, Ibu Suhartini pemilik Keripik Cesy Lia beliau telah menerapkan pembukuan keuangan yang

³⁴ Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual...*, h. 36

³⁵ Malik, wawancara dengan penulis, Keripik Karya Mandiri, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

masuk dan keluar meskipun begitu beliau belum menganggap bahwa manajerial dalam sebuah usaha itu diperlukan dan , jadi tidak ada pembagian tugas yang jelas dalam kegiatan usaha di keripik Cesy Lia. Ibu Suhartini menyatakan, karena ini hanya usaha kecil jadi tidak perlu adanya manajemen-manajemen seperti itu.³⁶

- 3) Pada wawancara, Bapak Heriyanto selaku pemilik Keripik Rona Jaya beliau menyatakan bahwa dalam usahanya tidak menggunakan manajemen yang terstruktur, usahanya cukup di tangani oleh beliau dan keluarganya terutama pada pelayanan toko. Bapak hariyanto juga belum melakukan pembukuan keuangan secara akuntansi sehingga pemisahan keuangan hasil usaha dan pribadi tidak ada dan beliau tidak mengetahui secara pasti laba yang diperoleh. Sama halnya dengan pelaku usaha sebelumnya menurut beliau usaha kecil seperti ini belum seberapa membutuhkan manajemen yang tetata.³⁷

- 4) Pada wawancara, Ibu Royyan selaku pemilik keripik Royyan menyatakan tidak adanya pelatihan yang dilakukan pihak terkait terutama pemerintahan dalam penerapan manajemen bisnis untuk mengelola UMKM agar lebih berkembang dan bisa menentukan strategi pemasaran menjadi salah satu kendala yang beliau hadapi. Beliau sendiri masih bingung untuk membentuk manajemen dalam usaha nya karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki.³⁸

f. Inovasi

Inovasi bagi wirausaha lebih bersifat untuk memanfaatkan perubahan daripada menciptakannya. Mencari inovasi dilakukan dengan memanfaatkan penemuan baru yang

³⁶ Suhartini,wawancara dengan penulis, Keripik Cesy Lia, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

³⁷ Heriyanto, wawancara dengan penulis, Keripik Rona Jaya, Bandar Lampung, 1 April 2019

³⁸ Royyan, wawancara dengan penulis, Keripik Royyan, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

menyebabkan terjadinya perubahan, dan sebuah inovasi itu dapat menciptakan kesejahteraan.

Bagi para pelaku UMKM yang sedang menghadapi lesunya pasar dan permintaan konsumen yang menurun, berinovasi sangat diharapkan sebagai upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Agar para konsumen pun tidak merasa jenuh dengan produk keripik pisang yang itu-itu saja. Inovasi juga tidak hanya dilakukan pada produk keripik saja tetapi juga pada penampilan-penampilan toko keripiknya agar bisa lebih luas, lebih menarik, dan lebih nyaman tanpa menghilangkan ciri khas dari masing-masing toko.

1) Pada wawancara, Bapak Sudirman Isun beliau menyatakan bahwa saat ini permasalahannya ada pada bagaimana pelaku usaha bisa menyajikan produk yang inovatif sehingga dapat meningkatkan kembali daya beli konsumen, saat ini kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan inovasi terhadap produk dan tempat penjualannya sangat kurang. Beliau membutuhkan pembekalan serta tenaga kerja yang kompeten dan bisa memberikan inovasi agar usaha keripiknya bisa lebih besar dan lebih bagus guna meningkatkan daya saing.³⁹

2) Pada wawancara, Bapak Ridwan selaku pemilik Keripik Kurnia menuntut beliau masalah yang beliau hadapi dalam pengembangan usahanya adalah trend keripik yang menurun, beliau merasa kurangnya kemampuan dan pengetahuan beliau terhadap inovasi dalam menyajikan aneka keripik menjadikan konsumen jenuh akan keripik yang ada terutama bagi konsumen yang berada di daerah Lampung. Beliau menyatakan pada awal membuka toko ditahun 2015

³⁹ Sudirman Isun, wawancara dengan penulis, Keripik Yaya, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

hingga 2016 perkembangan tokonya masih meningkat cukup signifikan, tetapi sejak tahun 2017 sampai saat ini perkembangan tokonya mulai terhambat.⁴⁰

- 3) Pada wawancara, Bapak Sidik Jaya selaku pemilik Keripik Shaqila menurut beliau permasalahan yang ia hadapi dalam pengembangan usahanya adalah kurangnya inovasi yang ia berikan baik pada produknya maupun toko tersebut. Meskipun tokonya terbilang cukup besar tapi sama halnya dengan toko-toko yang lain ia mengalami kemunduran. Permasalahan inovasi ini berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia dalam menyajikan produk yang dapat diterima dipasaran dan bernilai jual tinggi. Tapi hal ini masih belum bisa di atasi oleh beliau selaku pemilik toko.⁴¹



⁴⁰ Ridwan, wawancara dengan penulis, Keripik Kurnia, Bandar Lampung, 1 April 2019

⁴¹ Sidik Jaya, wawancara dengan penulis Keripik Shaqila, Bandar Lampung, 30 Maret 2019

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Sektor UMKM telah terbukti mampu berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Potensi-potensi yang ada perlu dioptimalkan dan dikembangkan secara terus menerus agar dapat mendukung pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu akan berlangsung dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dan pihak-pihak terkait.

Sektor UMKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Beberapa potensi besar sektor UMKM yaitu, tidak banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal semisal gejolak perekonomian dunia seperti utang dalam valuta asing dan bahan baku impor dalam melakukan kegiatannya, selang waktu produksi (*time lag*) UMKM relative singkat, keperluan modal UMKM, khususnya UMK relatif kecil, sebagian besar UMKM merupakan kegiatan padat karya dan mampu mendayagunakan *skill* dan *semi skill workers*, penciptaan lapangan kerja pada tingkat biaya modal yang rendah, kemampuan dalam *forward* dan *backward linkage* antara berbagai sektor, memiliki peluang besar di dalamnya bagi pengembangan dan adaptasi berbagai teknologi, mengisi berbagai ceruk

pasar yang tidak efisien bagi perusahaan besar, dan sebagai penopang eksistensi perusahaan skala besar.¹

Meskipun memiliki banyak potensi yang cukup besar, UMKM masih belum mampu sepenuhnya mengantisipasi tantangan usaha yang bergerak sangat dinamis. UMKM yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam memiliki kemampuan yang cukup besar dan memiliki kemungkinan untuk bisa dikembangkan menjadi UMKM yang besar, bahkan usaha mikro bisa bertransformasi dengan sangat cepat menjadi usaha kecil, begitu juga dengan usaha kecil yang bertransformasi menjadi usaha menengah. Tetapi pada kondisi yang sebenarnya saat ini pelaku usaha lebih mengutamakan upaya untuk bertahan daripada mengembangkan usahanya. Hal ini terlihat dari penurunan jumlah penjualan tahunan beberapa tahun terakhir dimana angka penjualan tersebut menurun cukup drastis, inilah yang membuat UMKM belum bisa berperan secara optimal sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia.

Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam yang menjadi masalah dalam pengembangan UMKM dijelaskan secara lebih detail berdasarkan data yang diperoleh melalui penelitian langsung pada objek tempat penelitian, wawancara responden dan teori-teori yang berkaitan dari berbagai sumber pustaka, maka dapat dianalisis seperti berikut ini:

¹ Rachmawan Budiarto, et. al. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual....*, h. 17

1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang terbatas sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya secara tidak langsung mempengaruhi keterbatasan informasi dan memacu rendahnya kreativitas.² Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pemilik usaha keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam para pelaku memanfaatkan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar, dengan memberdayakan tenaga ibu-ibu tersebut maka kegiatan produksi ini menjadi simbiosis yang saling menguntungkan, salah satu responden menyatakan bahwa ibu-ibu disekitar tempat usaha sangat mengharapkan adanya kegiatan produksi agar mereka bisa mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, lima pemilik UMKM diantaranya mengakui masih banyak kualitas sumber daya manusia yang dilihat dari ketekunan dalam bekerjanya masih sangat rendah, meskipun dalam kegiatan produksinya pembuatan keripik pisang tidak memerlukan keterampilan khusus tetapi hal ini sangat memerlukan ketekunan para pekerjanya. Kemampuan para pekerja dalam pengelolaan usaha pun masih sangat minim, permasalahan ini menjadi permasalahan yang cukup kompleks

² Muhammad Anwar, *Pengantar Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 38

karena berkaitan dengan penerapan manajemen perusahaan agar usaha tersebut dapat terkelola dengan baik. Selain itu nilai-nilai individu seperti kejujuran dan kedisiplinan juga diperlukan agar usaha bisa terus berkembang tanpa ada kecurangan dalam kegiatan usaha hal ini beberapa kali terjadi dari perekrutan SDM yang berasal dari luar lingkungan sentra UMKM.

2. Teknologi

Teknologi diperlukan guna meningkatkan daya saing UMKM, baik itu penggunaan teknologi pada kegiatan produksi maupun teknologi informasi pada kegiatan promosi dan pemasaran. Bantuan teknologi seharusnya dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan ketepatan serta efisiensi waktu. Dari hasil wawancara lima pemilik UMKM keripik pisang dapat disimpulkan bahwa mereka memang membutuhkan kecanggihan teknologi untuk menunjang kegiatan bisnis mereka, tetapi kendalanya ada pada teknologi yang belum mampu memberikan kepuasan pada output yang dihasilkan terutama dari segi bentuk keripik itu sendiri walaupun alat teknologi yang dibutuhkan untuk memotong buah pisang menjadi keripik pisang tersedia di beberapa toko pertanian tetapi tidak ada kecocokkan bagi para produsen keripik. Selain alat teknologi pada kegiatan produksi, kecanggihan teknologi pada alat informasi pun belum bisa di aplikasikan secara maksimal oleh para pelaku usaha, seperti

penggunaan media sosial yang seharusnya bisa dimanfaatkan dengan sangat baik untuk mempromosikan produk mereka tetapi justru menimbulkan kendala tersendiri. Dalam proses pemasaran, beberapa pelaku usaha pernah mencoba menggunakan media online tetapi hal itu tidak berlangsung lama, dengan alasan penggunaan yang rumit, waktu yang tidak efisien dan rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola teknologi informasi tersebut, dari pengamatan penulis sendiri hal ini dikarenakan faktor usia dari para pemilik usaha tersebut.

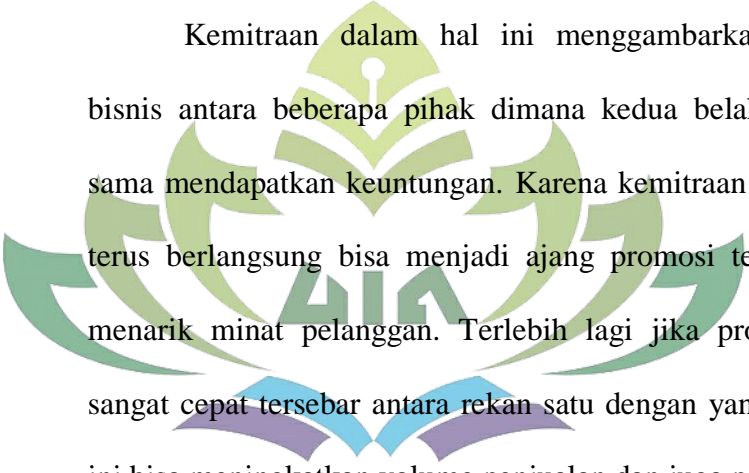
3. Modal

Modal dalam hal ini mencakup kekayaan yang berasal dari harta kepemilikan pribadi maupun bantuan dari pihak-pihak terkait baik berupa uang maupun peralatan usaha. Beberapa pemilik usaha ada yang menggunakan tabungan sendiri untuk menambah modal, ada pula beberapa pemilik usaha yang melakukan pinjaman kepada lembaga-lembaga keuangan guna menambah modal terkait pengembangan usaha mereka. Pada wawancara yang dilakukan dengan beberapa responden, ada tujuh pemilik usaha yang menyatakan adanya bantuan tambahan modal sangat diperlukan guna mengembangkan usaha mereka, termasuk modal untuk menyewa tempat usaha yang akhir-akhir ini melonjak naik dan sangat sulit dicari. Lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan pinjaman kepada para pemilik usaha memberikan bunga yang

cukup tinggi, dan disaat keadaan pasar yang mulai sepi seperti ini menimbulkan masalah baru bagi para pemilik usaha yang mau melakukan pinjaman modal usaha.

Tidak hanya modal berupa uang, tetapi juga bantuan modal berupa peralatan usaha sangat dibutuhkan, seperti alat-alat produksi, alat hitung, timbangan, dan mesin-mesin canggih lainnya guna menunjang keberlangsungan usaha tersebut.

4. Kemitraan



Kemitraan dalam hal ini menggambarkan kerja sama bisnis antara beberapa pihak dimana kedua belah pihak sama-sama mendapatkan keuntungan. Karena kemitraan yang baik dan terus berlangsung bisa menjadi ajang promosi tersendiri untuk menarik minat pelanggan. Terlebih lagi jika promosi tersebut sangat cepat tersebar antara rekan satu dengan yang lainnya. Hal ini bisa meningkatkan volume penjualan dan juga pendapatan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pemilik usaha ada sembilan responden yang memiliki kendala pada aspek kemitraan dapat dijelaskan bahwa pernah melakukan kerja sama dengan PTPN VII dengan pinjaman modal dan bunga yang kecil, selain itu PTPN VII menjadi mitra yang memfasilitasi pemilik usaha dengan beberapa peralatan usaha seperti etalase, alat hitung, dan mesin press tapi hal itu tidak berlangsung sebagaimana mestinya yang diharapkan oleh para pemilik usaha,

pembagian alat produksi dengan jumlah yang terbatas menjadi kendala karena kurang efisiennya bantuan alat produksi tersebut jika harus digunakan seluruh pemilik usaha sedangkan jumlah alatnya sangat terbatas. Saudari Rida mengaku enggan melakukan kerja sama karena untuk kebutuhan modal mereka masih menggunakan modal sendiri, tetapi hal itu menimbulkan kendala tersendiri karena tidak adanya mitra yang terjalin memunculkan kesulitan dalam hal promosi.³ Selain itu juga ada pihak mitra yang memiliki nilai integritas rendah karena melakukan kelangkaan bahan baku disaat-saat tertentu guna memperoleh keuntungan sepihak, kemudian tidak ada lagi pihak yang bekerjasama dengan memberikan pelatihan terkait kewirausahaan kepada para pelaku UMKM.

Salah satu pemilik usaha menyatakan pernah melakukan kerja sama dengan salah satu situs belanja online tetapi hal ini tidak berlangsung lama dikarenakan harga produk yang ditetapkan oleh pihak kemitraan cukup tinggi, sehingga mengkhawatirkan para pelanggan jadi enggan untuk membeli produk tersebut melalui aplikasi atau situs belanja online tersebut.

Selain situs belanja online, Bapak Haryanto mengaku enggan melakukan kerja sama dengan pihak-pihak minimarket dengan alasan kualitas produk jadi menurun, sehingga beliau lebih

³ Rida, wawancara dengan penulis, Keripik Arabar, Bandar Lampung, 31 Maret 2019

memilih memasarkan langsung dari rumah produksi. Kemitraan yang saling menguntungkan sebenarnya sangat diperlukan guna menunjang perkembangan usaha terutama sebagai sarana promosi, akan tetapi ada beberapa pihak yang menganggap kemitraan terjalin pada pihak yang memiliki kelebihan dana. Pada nyatanya kemitraan tidak hanya terjalin semata-mata karena adanya pinjaman ataupun bantuan modal melainkan timbal balik karena adanya promosi. Seperti salah satu contoh berikut yakni pemilik usaha keripik Shinta yang beberapa kali menjadi pemateri terkait seminar kewirausahaan yang di promotori oleh pihak Bank BCA, seharusnya para pemilik usaha bisa membaca situasi dan menyadari pentingnya menjalin kemitraan guna mengembangkan usaha.

5. Manajemen

Manajemen dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai tujuan melalui orang lain. Pengertian lain dari manajemen adalah proses pengelolaan suatu kegiatan atau usaha dari awal hingga perusahaan tersebut berjalan dan bangkrut.⁴ Manajemen memegang peranan penting dalam membangun kegiatan bisnis dan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara ada empat pemilik usaha terkendala pada sistem manajemen perusahaan, dalam

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 64

pengelolaan umkm masih sangat tradisional, belum ada pembagian tugas yang jelas dan pembukuan berdasarkan pencatatan akuntansi, jadi uang pribadi dan juga pendapatan penjualan belum dipisahkan sehingga sulit menghitung laba perusahaan. Kendala ini didukung dengan kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dan memiliki pengetahuan dibidang manajemen bisnis, dan tidak adanya pembekalan ataupun pelatihan dari pihak terkait tentang pentingnya manajemen dan bagaimana penerapannya. Sebagian dari pelaku UMKM mengaku bahwa sebenarnya ada struktur manajemen dalam usaha mereka hanya saja itu tidak terbagi atau tertulis secara formal.

Kesadaran akan perlunya manajemen dalam usaha masih sangat rendah, para pemilik usaha berfikir usaha mereka masih usaha yang cukup kecil, belum memerlukan manajemen bisnis. Hal ini dikarenakan juga UMKM yang berada di Jalan ZA. Pagar Alam ini adalah usaha turun temurun keluarga, jadi segala bentuk pengelolaan usaha lebih banyak dilakukan oleh satu orang saja.

6. Inovasi

Salah satu karakteristik dari seorang wirausaha adalah inovatif, dalam hal ini inovasi, kreativitas dan ide-ide menarik lainnya sangat diperlukan untuk mempertahankan usaha dan juga meningkatkan daya saing. Berdasarkan wawancara dengan para pemilik usaha, ada tiga pelaku UMKM yang terkendala pada

aspek inovasi. Keadaan pasar yang semakin sepi dan daya beli konsumen yang menurun sangat membutuhkan inovasi pada produk-produk dan juga tampilan tempat usaha mereka agar konsumen tidak merasa jenuh, hambatan ini didukung dengan keadaan sumber daya manusia yang ada belum dapat menyajikan ide-ide kreatif mereka guna meningkatkan daya saing dan daya beli konsumen. Mereka menyadari bahwa saat ini pasar mulai sepi, minat konsumen terhadap keripik pisang mulai menurun, kurangnya inovasi dalam penyajian produk keripik yang baru menimbulkan kejenuhan tersendiri. Permasalahan ini pun menjadi masalah yang kompleks yang berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia dalam menyajikan produk yang dapat diterima dipasaran dan bernilai jual tinggi serta permodalan yang mendukung dalam melakukan inovasi tempat usaha agar dapat bersaing dipasaran.

Dari penjabaran tersebut maka dapat ditarik kesimpulan, dari analisis faktor-faktor penghambat pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam Bandar Lampung terdiri dari enam faktor dilihat dari teori yaitu, rendahnya kualitas sumber daya manusia, permasalahan teknologi, masalah permodalan, kemitraan, manajemen, dan inovasi. Permasalahan-permasalahan ini tidak semua sama di hadapi para pemilik usaha, karena mereka memiliki permasalahan

masing-masing seperti lima pemilik usaha terkendala pada aspek sumber daya manusia yang kurang kompeten dan integritas yang rendah, lima pemilik usaha terhambat pada kegagalan adopsi teknologi, tujuh pemilik usaha terkendala pada kurangnya modal yang mereka miliki untuk mengembangkan usaha, sembilan pemilik usaha terhambat pada aspek kemitraan, empat pemilik usaha terhambat dalam pengelolaan usaha yang belum termanage dengan baik, dan 3 pemilik usaha lainnya terhambat dengan kemampuan sumber daya manusia yang masih sangat kurang dalam menciptakan inovasi terbaru.

B. Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Berwirausaha seperti yang dilakukan para pemilik UMKM keripik pisang ini adalah salah satu bentuk dari bekerja dengan tujuan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Pekerjaan berdagang atau berwirausaha mendapatkan tempat terhormat dalam ajaran Islam, seperti yang di sabdakan Rasulullah SAW yang telah disebutkan pada bab sebelumnya bahwa pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli (perdagangan) yang mabrur yaitu jual beli yang bersih dan didasari atas suka sama suka.

Dalam islam, bekerja atau berwirausaha sangat dianjurkan dan tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan dan memenuhi kebutuhan hidup saja tetapi juga karena ingin mencapai *falah* yakni

kesejahteraan dunia dan akhirat. Berwirausaha sudah ada aturannya yang sesuai dengan ajaran islam berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah juga Ijma' ulama yang mengajarkan tentang kehidupan yang serba rapi, benar, adil, tertib dan teratur. Bahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh orang-orang di dunia pun sudah dikaji di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, termasuk permasalahan dalam bidang ekonomi terutama dunia wirausaha. Bagaimana pandangan Islam tentang hambatan yang di hadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, selalu ada penjelasan dan nilai positif yang diberikan dari konsep ekonomi Islam.

1. Pemasaran (*bay'*)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada landasan teori, pemasaran diperlukan dalam pengembangan UMKM ataupun sebuah usaha agar rencana-rencana strategis dapat diarahkan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dari hasil penelitian dapat dianalisis bagaimana pandangan ekonomi islam tentang pemasaran yang ada pada UMKM keripik pisang Jalan ZA.Pagar Alam, permasalahan pada aspek pemasaran menjadi masalah yang berkaitan erat dengan aspek manajemen dimana kegiatan ini memerlukan sistem organisasi dan manajerial yang baik dan terstruktur, sedangkan pada keadaan sebenarnya sebagian besar pelaku UMKM itu sendiri masih belum menerapkan sistem manajemen dalam usaha mereka yang dapat membentuk strategi-strategi pemasaran yang tepat sasaran. Segala bentuk kegiatan pemasaran yang dianjurkan dalam islam seperti berlaku

adil, simpatik, khidmah dalam melayani konsumen, tepat janji, jujur, dan tidak berburuk sangka harus selalu diterapkan agar usaha tersebut bisa terus berkembang dan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat.

2. Sumber Daya Insani

Dalam islam sumber daya manusia dikenal dengan sumber daya Insani, dari hasil penelitian rendahnya kualitas sumber daya insani menjadi salah satu faktor penghambat pengembangan UMKM Keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam Bandar Lampung, Islam, sumber daya insani dengan integritas dan kompetensi yang matang sangat diperlukan dan menjadi tolak ukur keberhasilan seseorang. Integritas tanpa kompetensi akan menghalangi suatu kemajuan, begitu juga dengan kompetensi tanpa integritas akan menggrogoti usahanya karena bukan hanya kepintaran yang di butuhkan tapi juga kejujuran. Jadi, harus seimbang antara keduanya.

Pemilihan pegawai yang berpengalaman harus berdasarkan pengujian terlebih dahulu dan pengharusan adanya pembukuan di setiap divisi (perusahaan). Pengujian ditekankan masuk ke dalam wilayah yang tidak hanya berurusan dengan kompetensi, akan tetapi termasuk ada unsur integritas di dalamnya. Islam menjunjung tinggi hak-hak pekerja, karena sumber daya insani adalah faktor penggerak yang paling utama. Sumber daya insani adalah *Human capital* yang berperan lebih besar daripada modal finansial. Apabila sumber daya insani memenuhi prasyarat yang ada, yakni bisa diandalkan sebagai *human capital* karena

mempunyai kompetensi dan integritas yang baik, maka sumber daya lainnya yang berupa keuangan dan teknologi akan terjaga dengan baik. Hal tersebut akan sangat berperan dalam pengembangan usaha dan memajukan perekonomian Negara.⁵

Islam menganjurkan kepada para pekerja untuk melakukan tugas dan pekerjaan tanpa ada penyelewengan dan kelalaian, serta bekerja secara efisien. Dalam Al-Qur'an ditegaskan, bahwa kompetensi adalah faktor utama, pada surat al-isra' [17]: 36 dijelaskan tentang larangan mengikuti apa yang seseorang tidak mempunyai kemampuan pengetahuan tentang hal tersebut:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.

Dengan demikian pekerja yang tekun, kompeten dan memiliki integritas tinggi sangat di butuhkan dalam pengembangan usaha, jika pekerja tersebut bekerja sesuai dengan kompetensi keahlian dan pengetahuannya maka pekerja tersebut berhak mendapatkan kompensasi sesuai kualitas dan kuantitas yang dilakukannya.

⁵ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam...*, h. 276

3. Teknologi

Pentingnya mengadopsi teknologi guna mengembangkan usaha sangat dianjurkan dalam islam karena itu sama saja kita memanfaatkan dengan baik apa yang telah Allah SWT ciptakan. Teknologi merupakan pengembangan dan penggunaan dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya, bukan justru menimbulkan masalah baru seperti yang di hadapi para pelaku UMKM keripik pisang, seharusnya dengan teknologi proses produksi bisa menjadi lebih efisien, promosi menjadi lebih mudah, dan konsumen lebih mudah dijangkau. Permasalahan ini menjadi masalah yang kompleks yang berkaitan dengan kualitas sumber daya insaninya dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi.

Dalam Al-Qur'an Surat Al-Anbiyaa [21]: 80 menjelaskan tentang hubungan antara teknologi dan Islam:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ ۖ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya: Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).

Menurut tafsir yang ada pada kitab Al-Qurthubi, ayat tersebut merupakan pokok landasan tentang upaya pembuatan alat-alat dan sebab-sebab. Islam menganjurkan untuk menciptakan atau menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan kita. Itulah

teknologi, yang dimana ide pemanfaatan nya telah ada di dalam Al-Qur'an.⁶

4. Modal

Memiliki harta dan memproduksi barang-barang yang baik adalah sah menurut islam. Itulah yang telah di lakukan oleh para pemilik UMKM Keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam Bandar Lampung ini, semua responden menyatakan bahwa mereka pada awal usaha menggunakan modal pribadi yang berasal dari tabungan sendiri. Bahkan sampai sekarang masih tetap ada yang menggunakan modal sendiri tanpa melakukan pinjaman modal kepada lembaga keuangan. Para pelaku usaha ini sangat kompeten melihat peluang yang ada pada kekayaan sumber daya alam daerah Lampung yang bisa mereka olah menjadi produk yang bernilai dan memiliki nilai jual. Dalam islam sumber daya alam merupakan modal yang telah Allah limpahkan kepada umat manusia agar bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2]: 29-30:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾ وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ
لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا

⁶Teknologi dalam Islam, (Online), tersedia di:
<https://medium.com/teknomuslim/pemanfaatan-teknologi-dalam-islam->, (20 April 2019)

وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا

تَعْلَمُونَ ﴿٢٩﴾

Artinya: 29. Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.

30. Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

Kendala yang dapat terjadi jika manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini tidak dapat memikirkan dan memanfaatkan dengan baik apa yang telah Allah ciptakan di muka bumi maka akan timbul kelangkaan sumber daya alam. Inilah yang menjadi salah satu hambatan yang bisa dihadapi para pelaku UMKM Keripik pisang. Mahalnya bahan baku adalah imbas dari kelangkaan tersebut dan mengakibatkan naiknya harga produk, hal ini juga yang akan memengaruhi daya beli konsumen yang menurun.

5. Kemitraan

Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama. Dalam ekonomi Islam telah dijelaskan mengenai kerja sama atau kemitraan. Kerja sama dalam Islam merupakan suatu bentuk saling tolong menolong terhadap sesama

yang disuruh dalam agama Islam selama kerja sama itu tidak dalam bentuk perbuatan yang dilarang agama dan permusuhan.⁷

Dalam hal ini para pelaku usaha di Sentra UMKM keripik pisang seharusnya bisa lebih memahami arti penting menjalin sebuah kerja sama guna mendukung perkembangan usahanya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam Islam hal ini sama saja seperti tolong menolong dalam kebaikan dan saling menguntungkan, bukan semata-mata mitra yang terjalin karena adanya pinjam-meminjam kebutuhan finansial seperti yang di pahami oleh beberapa pelaku usaha.

6. Manajemen

Banyak upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Sentra UMKM Keripi pisang Jalan ZA. Pagar Alam dalam mengelola usaha mereka, tetapi banyak juga pelaku usaha yang belum mampu menerapkan manajemen yang baik sehingga usaha yang dijalankan belum berjalan maksimal. Rasulullah SAW menjadi suri tauladan dalam membentuk suatu manajemen, hal ini memiliki hubungan yang kompleks dengan sumber daya insani, dimana pribadi yang bisa mengorganisasi, mengimplementasi, mengevaluasi, dan mengendalikan segala yang berada di bawah tanggungjawabnya, yaitu dengan mempertimbangkan beberapa aspek, yang berkaitan dengan aspek rasionalitas, emosionalitas, dan spritualitas.

⁷ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 239

Seseorang tidak cukup mempertimbangkan dua dari tiga aspek saja, ketika berhadapan dengan segala permasalahannya. Selain itu aspek spiritualitas merupakan wujud dari *hablun minallah* dengan cara menjalin hubungan baik dengan sesama manusia (*hablun minannas*). Ketika seseorang mempertimbangkan ketiga hal tersebut dalam setiap kegiatan usaha mereka maka akan mendapat keuntungan yang berlipat ganda, atau dalam ekonomi Islam biasa disebut dengan *falah*, yakni keuntungan di dunia dan akhirat.⁸

7. Inovasi

Dalam hal ini inovasi diperlukan agar produk keripik pisang tidak terlalu monoton dan membuat para pelanggan menjadi jenuh dan merasa bosan. Inovasi harus menghasilkan produk yang berkualitas dan bernilai jual tinggi. Seperti yang kita ketahui inovasi merupakan sebuah karakter dari seorang pebisnis yakni inovatif. Para pemilik UMKM yang menghadapi hambatan kurang nya inovasi dituntut untuk bisa melahirkan ide-ide dan strategi yang menarik guna mengembangkan usahanya. Dalam islam, usaha seseorang untuk berinovasi agar keadaan menjadi lebih baik dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Ar-Ra'd [13]: 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

⁸ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam...*, h. 288

Sangat jelas arti dari ayat tersebut yang mengharuskan kita berusaha jika ingin mendapatkan suatu hal yang baik maka berusahalah dengan baik. Sama halnya dengan berinovasi jika pelaku usaha mau berusaha melahirkan gagasan-gagasan baru yang menarik maka itu akan berdampak positif dalam perkembangan usaha dalam menghadapi keadaan pasar yang mulai sepi dan selera konsumen yang mulai jenuh dengan keripik pisang.

Islam telah mengkaji permasalahan-permasalahan tersebut sesuai dengan apa yang terdapat di dalam Al-Qur'an, penganalisaan masalah berdasarkan perspektif ekonomi islam memberikan nilai positif tersendiri bagi para pelaku usaha agar mampu mengatasi setiap hambatan permasalahan dalam pengembangan usahanya. Sentra UMKM keripik pisang ini memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian masyarakat sekitar, memberikan kemaslahatan umat dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Maka dari itu Sentra UMKM ini harus terus berlangsung dan selalu bisa berkembang sehingga mendorong perekonomian daerah dan masyarakat agar lebih maju.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM Keripik pisang di Sentra UMKM Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung memiliki potensi untuk terus berkembang. Dari hasil wawancara dan observasi langsung kepada para pelaku UMKM dengan melihat secara langsung kondisi lingkungan usaha para pelaku UMKM masih bisa mengatasi hambatan-hambatan yang saat ini dihadapi, terutama menjalin kerja sama/kemitraan dengan pihak-pihak terkait agar jaringan usaha bisa lebih luas, mendapatkan mitra yang tepat dan juga sama-sama kompeten, akses permodalan jadi lebih mudah, pinjaman dengan bunga yang rendah, dan bantuan dari pemerintah baik modal berupa finansial maupun non finansial. Selain itu perekrutan tenaga kerja di luar lingkungan Sentra UMKM diperlukan untuk mendapatkan tenaga kerja yang kompeten dan memiliki nilai integritas tinggi, sehingga dapat mengadopsi teknologi yang bisa meningkatkan kualitas produk dan kegiatan produksi menjadi lebih efisien. Terkelolanya strategi pemasaran dengan diterapkannya manajemen dalam kegiatan UMKM tersebut, dengan dibekali pelatihan terkait peran pentingnya manajemen dan didukung sumber

daya yang berpengalaman dan memiliki ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis sehingga perusahaan dapat terkelola dan berkembang dengan baik. Serta sumber daya manusia yang memiliki kompetensi untuk menciptakan/menemukan gagasan baru, berinovasi agar produk dan tempat usaha menjadi lebih menarik, dan memiliki daya saing yang tinggi.

2. Tinjauan Hambatan Pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam pada Sentra UMKM Keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung, pengadaan sumber daya insani yang memiliki kematangan integritas dan kompetensi memang bisa menjadi kemajuan bagi usaha tetapi dari hasil penelitian cukup sulit bagi pelaku UMKM untuk menemukan sumber daya insani yang memenuhi kriteria tersebut, selanjutnya pengadopsian teknologi yang canggih sangat dianjurkan dalam Islam guna meningkatkan kualitas produk tetapi hal ini menjadi penghambat ketika tidak didukung dengan kualitas sumber daya insani yang rendah dan juga ketersediaan modal yang terbatas, dalam perspektif ekonomi Islam bermitra/bekerja sama dalam mengembangkan usaha dianjurkan karena tergolong dalam kegiatan saling tolong menolong dalam kebaikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda atau dalam ekonomi Islam disebut dengan *falah*, keuntungan di dunia dan akhirat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Melihat potensi dan kontribusi yang dimiliki Sentra UMKM keripik pisang di Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung, disarankan kepada Pemerintah serta Badan Usaha Milik Negara/Daerah untuk memberikan solusi terhadap permasalahan hambatan yang di hadapi para pelaku UMKM dan melakukan kembali pembinaan serta memfasilitasi kegiatan para pelaku UMKM dan mempromosikan produk-produk lokal Sentra UMKM sehingga mereka dapat terus bertahan dan mengembangkan usahanya.
2. Untuk para pengrajin usaha keripik pisang diharapkan agar dapat mengerti arti pentingnya manajemen dalam sebuah usaha, dan dapat memproduksi keripik pisang atau olahan aneka oleh-oleh berbahan baku buah pisang yang lebih inovatif, dengan ciri khas dari masing-masing pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana , 2010.
- Arikunto, Suharsimi, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.
- Anwar, Muhammad, *Pengantar Kewirausahaan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Beik, Irfan Syauqi, et. Al., *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Edisi I, Jakarta: RajawaliPers, 2016.
- Budiarto, Rachmawan, et. Al, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, Yogyakarta : UGM Press, 2015.
- Chaudry, Muhammad Syarif, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012.
- Fauzia, Ika Yunia dan Riyadi, Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Hasibuan, Malayu S.P, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Huda Nurul,et. Al ,*Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Edisi I, Jakarta: Kencana, 2008.
- Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 2012.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Kuncoro, Mudrajad, *Ekonomika Pembangunan*, Jakarta: Erlangga, 2010.

Kountur, Rony, *Metode Penelitian*, Jakarta: BumiAksara, 2005.

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*, Jakarta, 2015.

MS Basri, *Metodelogi Penelitian Sejarah*, Jakarta: Agung, 2006.

Partomo, Tiktik Sartika dan Soejoedono, Abd.Rachman, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2004.

Sukirno, Sadono et al., *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Penamedia, 2004.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana, 2010.

Syarifuddin, Amir, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Tanjung, M. Azrul, *Koperasidan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2017.

Tohar, M, *Membuka Usaha Kecil*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Kanisius, 2000.

Wijaya, Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Badan Pusat Statistik Nasional 2017

Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tentang UMKM, Pasal (1) Tahun 2008

Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tentang UMKM, Pasal (6)
Tahun 2008

Chandraiah, M. and R. Vani, "The Prospect and Problems of MSMEs Sector in India anAnalytical Study", *International Journal of Business and Management Invetion*, Volume 3 Issue 8 August 2014.

Dassaad, et. Al., "Analisis Faktor-Faktor Kendala Usaha Pada Usaha Kecil Menengah(Studi Kasus Pada UKM Jajanan Sekolah Ibu Anah Kota Depok Jawa Barat)", *Prosiding SNaPP2015 Sosial Ekonomi dan Humaniora*, Universitas Gunadarma, Jawa Barat, 2015.

Dwi Anggraeni, Feni,et. Al., "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)", *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 1, No. 6, Universitas Brawijaya, Malang. 2013.

Maulida Merdekawati, Elza, "Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018.

O. Samwel, Janes "Factors Limitingthe Growth And Development of Small Businesses (Evidence From Mara Region Tanzania)", *Journal of Business and Management*, Volume 20 Issue 2 Ver. VII, East Africa : Regional Human Resource Manager, 2018.

Rabiatul Adawiyah,Wiwiek, *Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas*, Universitas Jenderal Soedirman, Jawa Tengah. 2013.

Rahmini Suci, Yuli, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Di Indonesia",*Jurnal Ilmiah Cano Ekonomis* , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Balikpapan , 2017.

Reslawati, Ade, “Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia”, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, (Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

Wulandari, Jeni, “Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi Kasus Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung)”, (Universitas Indonesia: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2009.

Teknologi dalam Islam, (Online), tersedia di:
<https://medium.com/teknomuslim/pemanfaatan-teknologi-dalam-islam->, (20 April 2019)



Lampiran 3

Data UMKM Keripik Pisang

No	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Alamat UMKM	Produk Unggulan	Keterangan
1	KERIPIK ZOM-ZOM FAMILY	EEN SARWASI	Jl. Pagar Alam No. 7	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
2	KERIPIK FINO	SUWARNO	Jl. Pagar Alam No. 38	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
3	KERIPIK Asa-Cipto Roso	SUCIPTO HADI	Jl. Pagar Alam Gg.Pubian No. 35	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
4	KERIPIK ROSSA	ROSI & SADIKIN	Jl. Pagar Alam No.36	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
5	KERIPIK WAGIMAN	WAGIMAN	Jl. Pagar Alam No.46	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
6	KERIPIK DUA DARA	MARDIAH	Jl. Pagar Alam Gg. PU	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
7	KERIPIK RONA JAYA	HERIYANTO	Jl. Griya Sejahtera II	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
8	KERIPIK CESYLIA	SUHARTINI	Jl. Pagar Alam No. 42	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
9	KERIPIK RIZKA	GUNAWAN	Jl. Pagar Alam No. 45	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
10	KERIPIK LATEB JAYA	HARIYANTO	Jl. Griya Sejahtera II Segalamider	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
11	KERIPIK ALINDA	SUNARTI	Jl. Pagar Alam No. 17	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
12	KERIPIK KARYA MANDIRI	MALIK	Jl. Pagar Alam No. 13 Segalamider	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
13	KERIPIK SHINTA	SINTA	Jl. Pagar Alam No. 53	KERIPIK PISANG	PRODUSEN

14	KERIPIK SAUDAGAR	ELMA YUNITA	Jl. Pagar Alam No. 20	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
15	KERIPIK SUHERI	AHMAD SUHERI	Jl. Pagar Alam No. 21	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
16	KERIPIK SUMBER REZEKI	SUHARTONO	Jl. Pagar Alam No. 29	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
17	KERIPIK KURNIA	RIDWAN	Jl. Pagar Alam No. 31	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
18	KERIPIK SHAQILA	M. Sidik Jaya	Jl. Pagar Alam No. 181	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
19	KERIPIK IBU MERY	SOMAN JAYA	Jl. Pagar Alam No. 181	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
20	KERIPIK YAYA	Sudirman Isun	Jl. Pagar Alam No. 157	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
21	KERIPIK SIGER	M. Iskandar	Jl. Pagar Alam. 181	KERIPIK PISANG	PRODUSEN
22	KERIPIK ROYAN	ROYAN	Jl. Pagar Alam (Depan GSG Graha Mandala)	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
23	KERIPIK NISA	ROMLAH	Jl. Pagar Alam No. 27	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
24	KERIPIK ASKHA JAYA	ASKASIFI EKA	Jl. Pagar Alam No. 30	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
25	KERIPIK LALA	YATINO	Jl. Pagar Alam No. 81	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
26	KERIPIK MAHKOTA	ROBBY F.S.	Jl. Pagar Alam No. 14	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
27	KERIPIK PURI JAYA	RENO	Jl. Pagar Alam No Segalamider	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
28	KERIPIK LAMPUNG	WASITI	Jl. Pagar Alam No. 27	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
29	KERIPIK ARABAR	BOIMAN	Jl. Pagar Alam Gang PU	KERIPIK PISANG	PEDAGANG

30	KERIPIK NAYLA	NAYLA	JL. Pagar Alam Segalamider	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
31	KERIPIK ALIBABA	ANWAR	JL. Pagar Alam	KERIPIK PISANG	PEDAGANG
32	ROJO KRIPIK	SRI REJEKI	JL. Pagar Alam No.25	KERIPIK PISANG	PEDAGANG





Lampiran 1

Pedoman Teks Wawancara

Nama Peneliti : Mutiara Nurani

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Karakteristik Informan : Pemilik dan Admin UMKM Keripik Jalan ZA.

Pagar Alam

Hambatan Pengembangan UMKM :

1. Apakah Bapak/Ibu memiliki hambatan dalam aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan usaha ?
2. Bagaimana pemanfaatan teknologi yang dilakukan Bapak/Ibu dalam setiap kegiatan UMKM keripik ?
3. Darimanakah sumber permodalan usaha Bapak/Ibu berasal ?
4. Bagaimana hubungan kemitraan usaha yang Bapak/Ibu jalin dalam upaya pengembangan usaha ?
5. Apakah Bapak/Ibu sudah menerapkan manajemen bisnis dalam proses atau kegiatan UMKM keripik ini ?
6. Apakah Bapak/Ibu sudah melakukan inovasi dalam upaya pengembangan UMKM keripik ?

Tabel Tabulasi Data Penghambat Pengembangan UMKM

Indikator	Wawancara
1. Sumber Daya Manusia	1. Keripik Lateb Jaya 2. Keripik Shinta 3. Keripik Ibu Mery 4. Keripik Mahkota 5. Keripik Puri Jaya
2. Teknologi	1. Keripik Dua Dara 2. Keripik Wagiman 3. Keripik ZoM-zom Family 4. Keripik Fino 5. Keripik Asa-Cipto Roso
3. Modal	1. Keripik Royyan 2. Keripik Nisa 3. Keripik Suheri 4. Keripik Lala 5. Keripik Sumber Rejeki 6. Keripik Rossa 7. Keripik Nayla
4. Kemitraan	1. Keripik Arabar 2. Keripik Siger 3. Keripik Rossa 4. Keripik Rizka 5. Keripik Saudagar 6. Keripik Lampung 7. Keripik Askha Jaya 8. Keripik Alibaba 9. Keripik Rojo Keripik
5. Manajemen	1. Keripik Karya Mandiri 2. Keripik Cesy lia 3. Keripik Rona Jaya 4. Keripik Royyan
6. Inovasi	1. Keripik Yaya 2. Keripik Kurnia 3. Keripik Shaqila

Dokumentasi

Lampiran 4



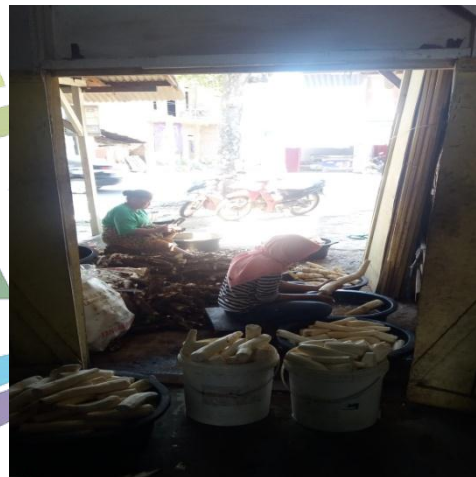
Proses pengupasan pisang



Proses penggorengan keripik pisang



Proses pemotongan buah pisang menjadi keripik dengan alat manual



kegiatan pengupasan singkong



Foto Alat pemotong pisang manual



Proses pemotongan singkong yang sudah menggunakan mesin